

Superapp Byond: Technology Acceptance Mode (TAM) Analysis Towards Donation Decisions among BSI Customers in Malang City

Superapp Byond: Analisis TAM terhadap Keputusan Berinfak pada Nasabah BSI Kota Malang

Muhammad FazilZihni^{1*}, Faizzatin Nur Laila², Haidar Jihadi Fillah³

^{1,2,3} Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

*fazilzihni217@gmail.com

Abstract

Introduction to The Problem: The launch of BSI Mobile and Superapp Byond mobile banking is a form of fintech adoption by BSI that also offers digital ZISWAF features. There has been a surge in digital infaq transactions through Byond BSI, reaching 15 million transactions throughout 2024–2025. This transformation raises questions about the factors influencing customers' decisions to use these infaq features, particularly in the context of adopting Islamic financial technology.

Purpose/Objective of Study: This study aims to analyze the influence of perceived ease of use (PEOU) and perceived usefulness (PU) on customers' decisions to pay infaq through the Byond BSI Superapp in Malang City, using the Technology Acceptance Model (TAM).

Design/Methodology/Approach: This study uses a quantitative approach with a logistic regression method. Data was collected through a questionnaire distributed to customers using the Byond BSI Superapp in Malang City and analyzed to determine the influence of the PEOU and PU variables on the decision to pay zakat digitally.

Findings: Perceived ease of use (PEOU) and perceived usefulness (PU) have a positive, significant effect on the decision to donate. These findings confirm that the ease and usefulness of the Byond BSI Superapp are the main determinants in encouraging digital donation behavior among customers.

Paper Type: Research Article

Keywords: Technology Acceptance Model, Bank Syariah Indonesia, Superapp Byond BSI, Decision to Give Alms

Abstrak

Latar Belakang Masalah: Peluncuran mobile banking BSI Mobile dan Superapp Byond merupakan bentuk adopsi fintech oleh BSI yang turut menghadirkan fitur ZISWAF digital. Tercatat, terdapat lonjakan transaksi infaq digital melalui Byond BSI hingga 15 juta transaksi sepanjang 2024–2025. Transformasi ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memanfaatkan fitur infak tersebut, khususnya dalam konteks adopsi teknologi keuangan syariah. **Maksud/Tujuan Kajian:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU) terhadap keputusan nasabah dalam membayar infaq melalui Superapp Byond BSI di Kota Malang, menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Desain/Metodologi/Pendekatan: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi logistik. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna Superapp Byond BSI di Kota Malang, dan dianalisis untuk mengetahui pengaruh variabel PEOU dan PU terhadap keputusan membayar infak secara digital.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinfak. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan

dan kebermanfaatan Superapp Byond BSI menjadi determinan utama dalam mendorong perilaku infak digital di kalangan nasabah.

Jenis Makalah: Artikel Penelitian

Kata-kata Kunci: Technology Acceptance Model, Bank Syariah Indonesia, Superapp Byond BSI, Keputusan Berinfak

Pendahuluan

Adopsi teknologi digital telah menjadi tren global yang mempengaruhi semua sektor masyarakat (Schallmo et al., 2017). International Data Corporation (2024) mencatat perkembangan pengeluaran global untuk transformasi digital naik tiap tahunnya, mencapai hampir 4 triliun dolar sebagai proyeksi tahun 2027. Katalisator yang mendorong perkembangan ini adalah integrasi teknologi seperti *blockchain*, big data, dan *Internet of Things* (IoT) (Kumar et al., 2024; Koumas et al., 2021). Dalam skala global, transformasi digital telah diadopsi oleh berbagai industri seperti agroindustri, fesyen, manufaktur, bahkan olahraga untuk mempermudah produktivitas (Baierle et al., 2022; Lee & Suh, 2024; Jiang et al., 2024; Zhao, 2024). Perkembangan teknologi juga diikuti dengan adopsi *financial technology* (fintech) pada sektor perbankan, termasuk perbankan syariah (Arifin, 2002).

Kemampuan untuk menggabungkan teknologi modern serta keuangan etis melalui produk-produk yang relevan merupakan kelebihan utama fintech syariah (Alsmadi, 2025). Dari segi operasional, tingginya tingkat adopsi fintech dapat meningkatkan kinerja perbankan syariah (Bouheni et al., 2023). Pada masa pandemi covid, penerapan fintech oleh kerja sama perbankan syariah dengan penyedia layanan perdagangan elektronik (e-commerce) dalam bentuk transaksi non-tunai telah terbukti bermanfaat (Hassan et al., 2020). Disisi lain, kapabilitas fintech juga dapat memperbaiki prosedur manajemen risiko perbankan syariah (Hammadi et al., 2024).

Sebagai perbankan syariah dengan nilai aset terbesar di Indonesia (Khadaifi, 2024), Bank Syariah Indonesia (BSI) merealisasikan investasi di bidang teknologi informasi (TI) sebesar Rp967 miliar sepanjang tahun 2023 (Laporan tahunan BSI, 2024). BSI juga memperoleh penghargaan Best Digital Bank dalam ajang internasional *Euromoney Awards for Excellence* 2024 yang selaras dengan perkembangan digital banking melalui BSI mobile salah satunya (BSI, 2024). Namun, layanan digital BSI kerap kali terkena masalah. Dugaan kebocoran data nasabah, ransomware, sampai kegagalan akses BSI mobile menjadi isu yang merepotkan nasabah BSI (Hakim, 2023; Wardani, 2023; Santia, 2023). Oleh karena itu, Superapp Byond by BSI diluncurkan untuk menjawab keresahan pengguna mobile banking BSI.

Peluncuran mobile banking berupa BSI mobile serta Superapp Byond merupakan bentuk adopsi fintech oleh BSI. Dengan adopsi fintech tersebut, BSI memberikan berbagai fitur digital seperti pembukaan rekening secara daring, peningkatan layanan digital, kemudahan dan aksesibilitas, efisiensi biaya dan keuntungan operasional, customer experience, peningkatan basis nasabah dan jangkauan pasar, peningkatan keamanan, serta peningkatan kinerja BSI (Hartanto & Wahyuningtyas, 2023). Lebih lanjut, BSI juga memperkenalkan layanan zakat, infaq, sadaqah, serta wakaf (ZISWAF) pada aplikasi BSI mobile yang mencapai 10 juta transaksi sepanjang 2024 (Awards for excellence: Best digital bank in indonesia, 2024). Transaksi sosial ini sangat diminati oleh pengguna mobile banking BSI, dibuktikan dengan angka transaksi ZISWAF yang meningkat mencapai 15 juta melalui fitur terbaru Superapp Byond (BSI, 2025).

Dalam era digitalisasi yang berkembang pesat, layanan keuangan berbasis teknologi telah menjadi kebutuhan utama dalam mendukung efisiensi dan kenyamanan aktivitas masyarakat, termasuk dalam aspek keagamaan seperti berinfak. Infak, sebagai bagian dari ibadah sosial umat Islam, kini mengalami transformasi melalui platform digital. Salah satu pendekatan yang relevan untuk memahami adopsi teknologi digital dalam

kegiatan berinfak adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. Model ini menjelaskan bahwa dua faktor utama *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memengaruhi sikap, niat, dan perilaku aktual pengguna dalam menerima serta menggunakan teknologi baru (Davis, 1989). Dalam konteks keuangan Islam, beberapa penelitian telah menegaskan bahwa penggunaan TAM memberikan pemahaman yang kuat terhadap niat perilaku dalam menggunakan layanan digital keagamaan, seperti zakat, infak, dan wakaf. Studi oleh (Mulyani et al., 2022) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat muzakki dalam menggunakan aplikasi zakat digital, di mana keyakinan bahwa aplikasi tersebut dapat memberikan manfaat nyata menjadi pendorong utama penggunaan.

Hal ini sejalan dengan temuan lain oleh (Firdaus, 2023), yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan (*perceived usefulness*) berperan penting dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap layanan digital infak dan zakat, terutama bagi pengguna pemula yang belum terbiasa dengan teknologi keuangan. Lebih lanjut, studi oleh (Wa'adarramah, 2022) mengembangkan model TAM dengan menambahkan variabel kepercayaan (*trust*) dan religiusitas sebagai determinan penting dalam perilaku berinfak secara digital. Kepercayaan terhadap sistem digital dan otoritas yang mengelola platform infak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat dan keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi. Disamping itu penelitian (Hasyim et al., 2020) menunjukkan bahwa perilaku TAM dan TPB memberikan pengaruh langsung terhadap niat dan perilaku berwakaf tunai. Oleh karena itu, model TAM yang dikombinasikan dengan faktor-faktor sosial dan keagamaan dinilai lebih komprehensif dalam menganalisis adopsi aplikasi infak digital (Rahman et al., 2020).

Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan nasabah dalam menggunakan aplikasi infak digital memiliki implikasi strategis, baik bagi lembaga keuangan syariah maupun bagi pengelola dana sosial Islam. Dengan mengetahui determinan utama yang membentuk perilaku pengguna, pengembang aplikasi dan institusi keuangan dapat merancang fitur dan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran, mendorong adopsi, serta memperkuat peran keuangan sosial Islam dalam mewujudkan kesejahteraan umat. Lebih jauh, peningkatan partisipasi dalam infak digital pada bank syariah dapat menjadi bagian dari strategi inklusi keuangan syariah yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Metodologi Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU) terhadap keputusan nasabah untuk berinfak melalui Superapp Byond. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan analisis hubungan antar variabel melalui data numerik dan teknik statistik inferensial. Penelitian ini menggunakan pendekatan regresi logistik untuk menguji pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sebagai variabel independen, terhadap keputusan membayar infak melalui Superapp Byond BSI pada nasabah di Kota Malang.

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Perceived ease of use</i>	<i>Perceived ease of use</i> adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. <i>perceived ease of use</i> dipengaruhi oleh faktor faktor seperti Kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya.	Kemudahan belajar Kemudahan Penggunaan Ketersediaan kurangan teknis Ketersediaan sumber daya	Skala likert
<i>perceived usefulness</i>	<i>perceived usefulness</i> (persepsi kegunaan) adalah	Efektivitas teknologi Keuntungan teknologi Keterkaitan teknologi	Skala likert

	faktor penting dalam Technology Acceptance Model (TAM). perceived usefulness adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. perceived usefulness dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.	dengan tugas 4. Relevansi teknologi	
Keputusan Berinfak	Pilihan nasabah untuk melakukan pembayaran infak melalui platform digital. Variabel ini bersifat biner (dikotomis), yaitu:	Y = 1, apabila nasabah memilih berinfak melalui Superapp Byond Y = 0, apabila nasabah memilih berinfak melalui platform lain	Nominal

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan seluruh objek pada suatu wilayah yang harus memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Hamid & Patra, 2019) populasi dalam penelitian ini adalah nasabah aktif Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berdomisili di kota malang yang memiliki akses terhadap layanan digital melalui aplikasi Superapp Byond, khususnya fitur infaq. Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansi langsung dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis keputusan pengguna dalam berinfak melalui platform digital. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa responden benar-benar memiliki pengalaman dan pemahaman yang relevan terhadap fenomena yang diteliti. Adapun kriteria responden dalam penelitian (1) Beragama Islam, (2) Nasabah aktif Bank Syariah Indonesia (BSI), baik pengguna layanan konvensional maupun digital, (3) Berdomisili di Kota Malang, sesuai dengan wilayah fokus penelitian, (4) Berusia minimal 17 tahun, sebagai batas usia legal untuk tanggung jawab finansial, (5) Memiliki perangkat digital (smartphone/tablet) dan mampu mengoperasikannya secara mandiri, (6) Pernah menggunakan aplikasi Superapp Byond, (7) Pernah melakukan infak baik melalui platform digital maupun langsung. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi logistik, dimana variabel dependen bersifat dikotomis (keputusan berinfak melalui Superapp Byond: ya/tidak). Oleh karena itu pendekatan penentuan jumlah sampel mengacu pada (Lemeshow et al., 1990).

$$n = (Z^2 \times p \times (1 - p)) / d^2 \text{ Keterangan:}$$

n = Jumlah sampel minimum

Z = skor z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p = Proporsi yang diharapkan 0,5 (digunakan saat proporsi belum diketahui) d = margin of error = 0,10 (10%)

$$n = (1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)) / 0,10^2$$

$$= (3,8416 \times 0,25) / 0,01$$

$$= 0,9604 / 0,01 = 96,04 \text{ (97 responden) dibulatkan ke atas}$$

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui *Google Form* sebagai alat pengumpulan informasi. Instrumen kuesioner disusun berdasarkan konstruk dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU), serta variabel Keputusan Berinfak Pengukuran untuk variabel PEOU dan PU dilakukan menggunakan skala Likert 5 poin, yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju.

Sementara itu, variabel keputusan berinfak diukur menggunakan pertanyaan dikotomis (ya/tidak) 1 = Ya, jika responden memilih melakukan infak melalui Superapp Byond BSI dan 0 = Tidak, jika responden memilih melakukan infak menggunakan platform lain.

Data

Dalam penelitian ini, untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU) data dari 100 responden nasabah BSI pengguna aplikasi Byond digunakan dengan karakteristik dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden

Variabel		Jumlah
Rentang usia (Tahun/Generasi)	17-28 (Z)	96
	45-60 (X)	4
Pendapatan per bulan (Rp)	<2 juta	49
	2 - 5 juta	41
	5 - 10 juta	10
Intensitas berinfak per bulan	1	32
	2 - 5	47
	6 - 10	9
	>10	12
Nominal infak per kapita per bulan (%)	<1	38
	1 - 5	55
	6 - 10	7

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui *Google Form* sebagai alat pengumpulan informasi. Instrumen kuesioner disusun berdasarkan konstruk dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU), serta variabel Keputusan Berinfak Pengukuran untuk variabel PEOU dan PU dilakukan menggunakan skala Likert 5 poin, yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4)

Setuju, dan (5) Sangat Setuju. Sementara itu, variabel keputusan berinfak diukur menggunakan pertanyaan dikotomis (ya/tidak)

1 = Ya, jika responden memilih melakukan infak melalui Superapp Byond BSI 0 = Tidak, jika responden memilih menggunakan platform lain

Metode Analisis Data Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan seluruh variabel yang diteliti. Suatu data yang dianggap valid jika mampu digunakan untuk menguji apa yang seharusnya diuji. Rumus *corrected item-total* (r hitung) digunakan dalam tes ini

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi data melalui pengukuran yang akan memberikan hasil yang sama. Plichta et al. (2013) menegaskan bahwa konsistensi internal reliabilitas diuji menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Penggunaan Alpha Cronbach dianggap rutin dalam penelitian yang menggunakan multiple-item measurements (Schmitt, 1996) serta menggambarkan sebagai salah satu statistik paling penting dan paling luas digunakan dalam penelitian yang melibatkan konstruksi dan penggunaan tes (Cortina, 1993). Penelitian ini dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 dengan taraf signifikansi 5% untuk uji reliabilitas.

Analisis Regresi Logistik

Penelitian ini menggunakan pendekatan regresi logistik untuk menguji pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sebagai variabel independen, terhadap keputusan membayar infak melalui Superapp Byond BSI pada nasabah di Kota Malang. Variabel dependen dalam penelitian ini merupakan variabel dummy. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan tersebut. Model regresi logistik yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ln} \left(\frac{1-P}{P} \right) = \beta_0 + \beta_1 \text{PEOU} + \beta_2 \text{PU}$$

Keterangan:

P = Keputusan nasabah memilih membayar infak β_0 = Konstanta (intersep model regresi)

β_1 = Koefisien regresi untuk *perceived ease of use* (PEOU) β_2 = Koefisien regresi untuk *perceived usefulness* (PU)

Dalam penelitian ini tidak melakukan uji normalitas data, karena menurut Ghazali (2005) regresi logistik tidak memerlukan uji asumsi klasik pada variabel independennya. Selanjutnya, Gujarati (2003) menyatakan bahwa regresi logistik juga mengabaikan masalah heteroskedastisitas karena variabel dependen dalam regresi logistik tidak memerlukan asumsi homoskedastisitas dalam masing-masing variabel independen nya. Dalam melakukan analisis regresi logistik, tahap pengujian dilakukan sebagai berikut:

Uji Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Uji serentak digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Statistik yang digunakan adalah fungsi likelihood. Untuk menilai keseluruhan model dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai -2 Log likelihood (LL) pada awal (Block Number = 0) dan nilai -2 log Likelihood pada akhir (Block Number = 1). Jika terjadi penurunan nilai -2 Log likelihood (Block Number 0 – Block Number 1), maka secara keseluruhan model regresi yang digunakan merupakan model yang baik.

Uji Kelayakan Model Regresi (Goodness of Fit Test)

Kelayakan model regresi logistic diuji dengan penilaian model Hosmer and Lemeshow Goodness of

Fit Test yang diukur dengan nilai Chi-Square. Jika nilai statistik p-value pada Hosmer and

Lemeshow pada Goodness of Fit Test sama dengan atau kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak. Kondisi dari hipotesis ini menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga Goodness fit model tidak cocok digunakan karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui ukuran ketepatan model yang dipakai. Pada regresi logistik diuji dengan menggunakan Nagelkerke R Square. Nagelkerke R Square merupakan modifikasi dari koefisien Cox and Snell untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 sampai 1. Hal ini diketahui dengan membagi nilai Cox and Snell R Square dengan nilai maksimumnya. Nilai Nagelkerke R Square diinterpretasikan dengan nilai R^2 (R Square) pada multiple regression (Ghozali, 2018). Nilai pada Nagelkerke R Square tersebut digunakan untuk menunjukkan total kontribusi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependent secara simultan.

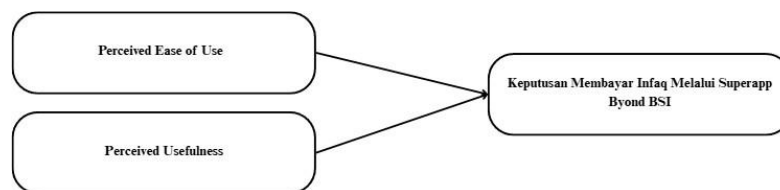
Uji Wald

Uji wald digunakan untuk menunjukkan seberapa signifikan pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji Wald dilakukan dengan membandingkan nilai P value Uji Wald (Nilai Sig) dengan $\alpha = 0,05$. Deskripsi tersebut secara statistik dapat dirumuskan sebagai berikut:

$\alpha \leq 0,05$ maka H_0 ditolak $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima

Kerangka Penelitian

Gambar 1. Kerangka Penelitian



Hipotesis yang diajukan dalam menguji variabel pengaruh independen terhadap variabel dependen adalah:

H_1 : Variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap keputusan membayar Infaq melalui Superapp Beyond BSI

H_2 : Variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap keputusan membayar infaq melalui Superapp Beyond BSI

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator	Item - Total Statistic	
	Corrected item - total correlation	Hasil
PEOU 1	0,615	Valid
PEOU 2	0,591	Valid
PEOU 3	0,672	Valid

PEOU 4	0,536	Valid
PEOU 5	0,608	Valid
PEOU 6	0,661	Valid
PEOU 7	0,430	Valid
PEOU 8	0,483	Valid
PU 1	0,382	Valid
PU 2	0,619	Valid
PU 3	0,520	Valid
PU 4	0,514	Valid
PU 5	0,615	Valid
PU 6	0,614	Valid
PU 7	0,705	Valid
PU 8	0,541	Valid
Reliability Statistic		
Cronbach's Alpha		0,787
N of item		2

Sumber: Penulis

Menurut Taber (2013) kualitas secara tradisional dapat dipahami dalam beberapa hal seperti validitas (sejauh mana instrumen mengukur apa yang diklaimnya untuk diukur, daripada sesuatu yang lain) dan reliabilitas (sejauh mana instrumen diharapkan memberikan hasil pengukuran yang sama ketika pengukuran diulang). Secara keseluruhan, hasil uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan telah memenuhi syarat pengukuran yang baik, sehingga penggunaan data dapat dipertanggungjawabkan karena dua hal. Pertama, validitas konstruk tiap variabel kami nilai dengan menguji seberapa baik tiap indikator. Validitas diuji menggunakan nilai Corrected item - total correlation dengan batas nilai r -tabel pada derajat kebebasan 98 ($df = n-2$) sebesar 0,1966. Ditemukan bahwa seluruh indikator pada kedua variabel memiliki nilai Corrected item - total correlation yang lebih tinggi dari batas yang digunakan. Kedua, kami menguji konsistensi internal reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Ditemukan bahwa nilai Cronbach's Alpha berada diatas 0,60 sebagai batas yakni 0,787.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner berfungsi secara efektif dalam menangkap persepsi responden terhadap dua variabel utama dalam penelitian ini, yaitu kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan kemanfaatan aplikasi (perceived usefulness). Beberapa indikator bahkan menunjukkan korelasi yang cukup kuat terhadap konstruknya. Indikator PU7, misalnya, memiliki nilai corrected item total correlation sebesar 0,705, sementara PEOU3 mencapai 0,672. Kedua angka tersebut mengindikasikan bahwa responden secara konsisten menilai fitur aplikasi yang dirasa bermanfaat dan mudah diakses sebagai faktor yang mendorong mereka untuk menggunakan Superapp Byond dalam berinfak. Kecenderungan ini memperlihatkan bahwa penggunaan aplikasi dalam konteks ibadah dalam hal ini infak tidak semata-mata dipengaruhi oleh motivasi spiritual, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman teknis yang ditawarkan oleh aplikasi itu sendiri. Akses yang cepat, tampilan antarmuka yang ramah pengguna, serta kejelasan informasi menjadi faktor pendukung penting dalam mendorong partisipasi digital dalam kegiatan keagamaan. Dari sisi reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,787 mencerminkan konsistensi internal yang baik. Responden memberikan jawaban yang relatif stabil pada item-item dalam masing-masing konstruk, yang berarti bahwa instrumen ini tidak menimbulkan kebingungan atau interpretasi ganda. Jawaban yang konsisten menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki keandalan yang cukup

untuk merepresentasikan persepsi pengguna secara utuh. Dengan kualitas pengukuran yang telah terbukti valid dan reliabel, data yang diperoleh dari kuesioner ini dapat dijadikan dasar yang kuat untuk melakukan analisis lanjutan, termasuk dalam pengujian model regresi yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Analisis Regresi Logistik

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Logistik

Literation history			
Literation			-2 Log likelihood
Block 0			69,303
Block 1			20,995
Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-Square	df	Sig.
1	2,146	8	0,976
Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	20,995	0,383	0,766
Wald Test			
Variabel	β	Sig.	Exp(B)
PEOU	9,678	0,005	15968,831
PU	5,313	0,040	202,939
Constant	-56,908	0,007	0,000

Sumber: Penulis

Uji Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Dalam penelitian ini, nilai -2 Log likelihood berkurang dari 69,303 pada model kosong (Block 0) menjadi 20,995 pada model lengkap (Block 1). Penurunan ini menggambarkan bahwa model dengan PEOU dan PU secara signifikan lebih baik dalam memprediksi keputusan berinfak melalui Superapp Byond BSI dibanding model tanpa prediktor. Dari perspektif statistik, penurunan tersebut dapat diuji dengan uji likelihood ratio test dimana semakin besar selisihnya, maka semakin besar kontribusi variabel independen secara simultan. Sehingga, penggunaan model secara keseluruhan dalam penelitian ini dapat dikatakan baik.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi logistik yang dibangun memiliki kemampuan prediktif yang kuat. Selisih nilai antara model awal dan akhir menunjukkan bahwa penambahan variabel PEOU dan PU berkontribusi secara signifikan terhadap model. Dengan selisih -2 Log likelihood sebesar 48,308, model tidak hanya layak secara statistik, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam menjelaskan perilaku infak digital. Artinya, semakin tinggi persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat aplikasi, semakin besar kemungkinan mereka untuk memanfaatkan fitur infak pada Superapp Byond. Temuan ini menjadi landasan penting bagi pengembangan fitur keuangan sosial digital yang lebih user friendly dan bernilai guna nyata bagi pengguna.

Selain menunjukkan penurunan nilai -2 Log Likelihood yang signifikan, model ini juga secara umum memenuhi karakteristik model prediktif yang andal. Salah satu aspek penting yang belum dibahas secara eksplisit adalah keberhasilan model dalam membedakan kategori keputusan, yakni antara responden yang berinfak dan yang tidak, berdasarkan dua variabel independen yang digunakan. Artinya, model tidak hanya menjelaskan hubungan, tetapi juga mampu melakukan klasifikasi yang akurat, sesuai dengan karakteristik regresi logistik sebagai metode prediksi. Kemampuan klasifikasi ini menjadi penting dalam konteks praktis, terutama jika hasil model ingin digunakan sebagai dasar untuk

pengembangan strategi pemasaran atau pengambilan keputusan manajerial. Ketika model dapat mengidentifikasi kelompok yang cenderung menggunakan fitur infak berdasarkan persepsi terhadap kemudahan dan kebermanfaatan, maka intervensi digital atau promosi dapat diarahkan lebih tepat sasaran.

Uji Kelayakan Model Regresi (Goodness of Fit Test)

Goodness of Fit Test pada regresi logistik penelitian ini, khususnya melalui Hosmer and Lemeshow test, digunakan untuk menilai sejauh mana model yang diestimasi cocok (*well calibrated*) dengan data yang diamati. Prinsip dasarnya adalah membandingkan frekuensi keputusan observasi, yakni berinfak melalui Superapp Byond atau tidak, dengan probabilitas yang diprediksi oleh model dalam beberapa kelompok data. Ditemukan nilai signifikansi (p-value) atau Sig.dari Hosmer and Lemeshow test sebesar 0,976, jauh lebih tinggi dari $\alpha = 0,05$. Artinya, tidak ada bukti statistik untuk menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan berarti antara distribusi data aktual dan yang diprediksi oleh model.

Nilai signifikansi sebesar 0,976 dari uji Hosmer and Lemeshow menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang sangat baik dengan data aktual. Angka ini mengindikasikan bahwa prediksi model terhadap perilaku infak digital melalui Superapp Byond selaras dengan kenyataan di lapangan. Kesesuaian ini penting karena memperkuat kepercayaan terhadap hasil model, terutama dalam konteks pengambilan keputusan berbasis data oleh lembaga keuangan syariah yang mengembangkan layanan infaq digital. Selain itu, nilai signifikansi yang tinggi juga menandakan bahwa model tidak mengalami overfitting maupun underfitting, dan dapat merepresentasikan pola data dengan proporsi kesalahan yang minimal. Hal ini memberikan keyakinan bahwa estimasi probabilitas dari model berada dalam batas yang dapat diterima secara statistik. Dalam penelitian ini, hasil uji kelayakan model memberi keyakinan bahwa hubungan antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap keputusan berinfak dapat dianalisis lebih lanjut tanpa adanya kekhawatiran model menyimpang dari data yang sebenarnya. Kedua variabel tersebut bukan hanya signifikan secara terpisah, tetapi juga membentuk model yang secara keseluruhan berjalan stabil dan sesuai dengan pola responden di lapangan.

Di samping nilai signifikansi tinggi pada uji Hosmer and Lemeshow, aspek lain yang perlu diperhatikan adalah stabilitas model terhadap distribusi data aktual. Tingkat kesesuaian yang baik menunjukkan bahwa model ini tidak terlalu sensitif terhadap variasi antar responden atau bias distribusi tertentu. Ini menandakan bahwa estimasi probabilitas dalam model tetap valid meskipun digunakan pada kelompok data yang berbeda dalam sampel penelitian. Selain itu, hasil goodness of fit juga menegaskan bahwa asumsi dasar regresi logistik telah terpenuhi, khususnya terkait dengan tidak adanya perbedaan berarti antara prediksi model dan hasil observasi. Ini memperkuat kesimpulan bahwa model memiliki performa yang baik dalam merepresentasikan fenomena yang diteliti dan bisa dijadikan dasar untuk pembahasan pada tingkat teoritis maupun praktis.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam regresi logistik diukur menggunakan dua ukuran pseudo-R Square yakni Cox & Snell R Square dan Nagelkerke R Square. Nilai Cox & Snell sebesar 0,383 menunjukkan bahwa penambahan variabel PEOU dan PU meningkatkan kemungkinan model untuk memprediksi keputusan berinfak sekitar 38,3 % dibanding model kosong. Namun, karena Cox & Snell tidak dapat mencapai nilai 1 secara maksimal, interpretasinya lebih bersifat relatif. Sedangkan nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,766 merupakan versi yang disesuaikan dari Cox & Snell, dikalibrasi agar berada pada rentang antara 0 hingga 1, sehingga lebih mudah diinterpretasikan. Artinya, secara

statistik, model ini mampu menjelaskan hingga sekitar 76,6 % variasi dalam keputusan nasabah untuk berinfak melalui Superapp Byond BSI. Lebih jauh, nilai Nagelkerke diatas 0,4 menandakan hubungan yang kuat antara variabel independen dengan dependen.

Perbedaan antara nilai Cox & Snell R Square (0,383) dan Nagelkerke R Square (0,766) mencerminkan pendekatan perhitungan yang berbeda dalam mengukur kekuatan model regresi logistik. Nilai Cox & Snell bersifat konservatif karena secara matematis tidak dapat mencapai angka maksimum 1, sehingga meskipun model memiliki kemampuan prediktif yang baik, angka yang dihasilkan seringkali tampak lebih rendah. Dalam hal ini, nilai 0,383 menunjukkan adanya peningkatan prediksi yang cukup berarti dibandingkan model kosong, namun belum mencerminkan kekuatan model secara penuh. Sebaliknya, Nagelkerke R Square merupakan bentuk penyesuaian dari Cox & Snell yang dirancang agar nilai akhirnya berada dalam rentang 0 hingga 1, mirip dengan interpretasi koefisien determinasi pada regresi linier. Nilai 0,766 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 76,6% variasi dalam keputusan berinfak, yang secara statistik termasuk kategori kuat. Hal ini memperjelas bahwa kedua variabel dalam model *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara kolektif memiliki kontribusi substansial terhadap perilaku infak digital responden.

Perbedaan pendekatan antara kedua ukuran ini tidak menunjukkan ketidaksesuaian, melainkan saling melengkapi dalam memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terhadap kekuatan model. Cox & Snell menekankan perbandingan antara model kosong dan model penuh dari sisi kemungkinan prediksi, sementara Nagelkerke mengutamakan interpretasi proporsional yang lebih mudah dipahami dalam konteks sosial dan perilaku. Oleh karena itu, kombinasi keduanya memberikan keyakinan bahwa model yang digunakan tidak hanya valid secara statistik, tetapi juga relevan dalam memahami kecenderungan pengguna terhadap penggunaan layanan infaq digital.

Uji Wald

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki koefisien sebesar 9,678 dengan nilai signifikansi atau p-value lebih rendah dari level signifikansi ($\alpha = 0,05$) yakni sebesar 0,005. Sementara itu, variabel *Perceived Usefulness* (PU) memiliki koefisien 5,313 dengan p-value sebesar 0,040 yang juga berada di bawah level signifikansi ($\alpha = 0,05$). Maka dari itu, kedua variabel memberikan kontribusi yang signifikan secara statistik terhadap keputusan pemilihan platform berinfak. Dalam kondisi *ceteris paribus*, koefisien tiap variabel menunjukkan bahwa: pertama, setiap peningkatan rata-rata skor PEOU sebesar satu satuan maka log-odds keputusan berinfak meningkat sebesar 9,678 poin. Kedua, peningkatan rata-rata skor PU sebesar satu poin akan meningkatkan log-odds sebesar 5,313 poin. Perbedaan signifikansi ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan persepsi kebermanfaatan dalam konteks penggunaan platform aplikasi infak.

Selain pengaruh masing-masing variabel independen, hasil uji juga menunjukkan bahwa nilai konstanta dalam model regresi logistik sebesar -56,908 memiliki signifikansi pada tingkat 0,007. Nilai ini menunjukkan bahwa ketika persepsi pengguna terhadap kemudahan (PEOU) dan kebermanfaatan aplikasi (PU) berada pada titik terendah atau dianggap tidak ada, maka probabilitas pengguna untuk melakukan infaq melalui Superapp Byond sangat kecil, bahkan mendekati nol. Nilai konstanta yang sangat negatif ini menegaskan bahwa tanpa persepsi positif dari pengguna terhadap dua aspek utama tersebut, fitur infak digital tidak akan digunakan secara sukarela. Hal ini memperkuat bukti bahwa keputusan berinfak melalui aplikasi benar-benar bergantung pada kualitas persepsi pengguna terhadap aplikasi itu sendiri, bukan hanya pada dorongan nilai sosial atau keagamaan semata. Keberadaan koefisien konstanta yang signifikan juga menunjukkan bahwa model tidak semata-mata bergantung

pada keberuntungan statistik. Sebaliknya, semua elemen dalam model, termasuk intersep, memiliki peran logis dan dapat dijelaskan secara teoritis. Ini memperkuat dasar interpretasi model dan memberi kejelasan bahwa setiap pergeseran skor pada variabel PEOU dan PU benar-benar berdampak terhadap kecenderungan pengguna dalam membuat keputusan infak secara digital.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Membayar Infaq melalui Superapp Byond BSI

Berdasarkan hasil regresi logistik, diketahui bahwa variabel *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk membayar infaq melalui aplikasi Superapp Byond BSI. Nilai koefisien regresi untuk PEOU sebesar 9,678 dengan tingkat signifikansi 0,005 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara statistik terhadap keputusan membayar infaq. Nilai odds ratio ($\text{Exp}(B)$) sebesar 15.968,831 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam persepsi kemudahan penggunaan akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk membayar infaq melalui aplikasi sekitar 15.969 kali lipat, dengan asumsi variabel lain tetap.

Penelitian ini menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar infaq melalui Superapp Byond BSI. Hal ini menandakan adanya kemudahan mendorong nasabah untuk menggunakan layanan Superapp BYOND BSI khususnya pada fitur berinfaq. Persepsi kemudahan merupakan salah satu item dalam teori TAM dimana persepsi ini dapat mempengaruhi orang dalam menggunakan suatu teknologi (Davis 1989). Dalam kaitannya penelitian ini, Superapp Byond BSI memiliki tingkat kemudahan yang tinggi sehingga mempengaruhi keputusan nasabah untuk berinfaq. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hasyim et al., (2020); Afandi (2021) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar ZISWAF secara non-tunai. Sejalan dengan hasil penelitian lainnya bahwa minat nasabah membayar ZIS menggunakan *mobile banking* BSI dipengaruhi dari kemudahan pengguna sehingga bisa meningkatkan kenyamanan saat menggunakan layanan tersebut (Tho'in, 2022); (Oktavendi & Mua'ammal, 2021).

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Membayar Infaq melalui Superapp Byond BSI

Demikian pula, variabel PU menunjukkan nilai koefisien sebesar 5,313 dengan tingkat signifikansi 0,040 ($< 0,05$), yang berarti bahwa persepsi kebermanfaatan aplikasi juga berpengaruh signifikan secara statistik. Dengan nilai odds ratio sebesar 202,939, setiap peningkatan satu satuan dalam persepsi kebermanfaatan akan meningkatkan kemungkinan seseorang membayar infaq sebesar 202,9 kali lipat. Sementara itu, nilai konstanta sebesar -56,908 dengan signifikansi 0,007 menunjukkan bahwa ketika tidak terdapat persepsi terhadap kemudahan maupun kebermanfaatan aplikasi, kemungkinan seseorang untuk membayar infaq sangat rendah, bahkan nyaris tidak terjadi. Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat bahwa kemudahan dan kebermanfaatan aplikasi secara signifikan mendorong keputusan pengguna untuk menunaikan infaq melalui platform digital.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar infaq melalui Superapp Byond BSI. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa individu merasa terobosan dalam Superapp Byond BSI

untuk pembayaran infaq bermanfaat dalam mendukung aktivitas mereka. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa muzaki merasa prosedur pembayaran menjadi lebih mudah, lebih cepat, lebih efektif, dan lebih efisien. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS secara online (Kharisma & Jayanto, 2021) (Habibah & Nurafini, 2024). Hasil penelitian lainnya menjelaskan bahwa kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) (Paramita & Hidayat, 2023). Oleh karena itu, layanan fasilitas elektronik seperti fitur berinfak pada Superapp Byond BSI menjadi penting untuk selalu diperbarui guna meningkatkan minat berinfak bagi para nasabah membayar ZIS secara online.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* dan kebermanfaatan *perceived usefulness* aplikasi Superapp Byond BSI secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan individu untuk membayar infak. Kemudahan yang dirasakan pengguna, terbukti dengan odds ratio yang sangat tinggi, menjadi pendorong kuat. Demikian pula, persepsi manfaat aplikasi dalam mempermudah, mempercepat, mengefektifkan, dan mengefisienkan prosedur pembayaran infak juga secara substansial meningkatkan kemungkinan pembayaran. Sebaliknya, tanpa adanya persepsi kemudahan atau kebermanfaatan, keputusan berinfak melalui platform digital ini menjadi sangat rendah. Dengan demikian, kedua faktor ini adalah kunci dalam mendorong keputusan berinfak melalui Superapp Byond BSI.

penelitian selanjutnya dapat diarahkan untuk memperluas variabel yang diteliti. Salah satu rekomendasi adalah menambahkan variabel kepercayaan (*trust*) terhadap platform digital dan institusi penyalur infak, karena faktor ini diyakini memainkan peran penting dalam keputusan finansial berbasis teknologi. Selain itu, literasi digital dan literasi keuangan syariah juga layak untuk dieksplorasi guna melihat bagaimana tingkat pemahaman pengguna mempengaruhi keputusan berinfak secara daring. Penelitian dengan pendekatan kualitatif atau *mixed methods*, seperti wawancara mendalam atau *focus group discussion*, juga dapat memberikan gambaran lebih komprehensif tentang motivasi dan hambatan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk berinfak.

Referensi

- Akbar, F., & Burhan, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Penggunaan Digital Fundraising Terhadap Minat Pembayaran Dana Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (Zis) Pada Lembaga Zakat. *Islamic Economics and finance in Focus*. <https://doi.org/10.21776/ieff.2023.02.03.08>.
- Afandi, M. Y. (2021). Antecedents of Digitising ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 4(2), 55-76.

- Afifah, R. (2017). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri. Jakarta. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah.
- Alsmadi, A. A. (2025). Beyond compliance: Exploring the synergy of islamic fintech and CSR in fostering inclusive financial adoption. *Future Business Journal*, 11(1), 7. doi:<https://doi.org/10.1186/s43093-025-00430-z>
- Amrizal, Sinulingga, G. & Nasution, E. J. A. (2024). Unlocking the Potential of Cash Waqf: A Behavioral Analysis through the Lens of the Theory of Planned Behavior (TPB). *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 13(5), 317. <https://doi.org/10.36941/ajis-2024-0167>
- Arifin, J. (2002). Hubungan antara tipologi strategi kompetitif, kematangan teknologi informasi, dan ukuran perusahaan perbankan dengan respon strategik dalam menghadapi globalisasi. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 6(1).
- Arifin, Z., Thohir, M., & Setiawan, D. (2022). The influence of Technology Acceptance Model (TAM), religiosity, and trust on intention to donate through digital Islamic philanthropy platforms. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(3), 509–527. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-06-2021-0242>
- Awards for excellence: Best digital bank in indonesia – bank syariah indonesia. (2024). *Euromoney*. <https://www.proquest.com/trade-journals/awards-excellence-best-digital-bank-indonesia/docview/3096716995/se-2>
- Baierle, C. B., Silva, S. T. D., Correa, R. G. D. F., Schaefer, J. L., Costa, M. B. D, Benitez, G. B., & Nara, E. O. B. (2022). Competitiveness of food industry in the era of digital transformation towards agriculture 4.0. *Sustainability*, 14(18), 11779. doi:<https://doi.org/10.3390/su141811779>
- Beik, I.S., Arsyianti, L.D. and Permatasari, N. (2024). Analysis on the determinant of millennials' zakat payment through digital platform in Indonesia: a multinomial logistic approach. *Journal of Islamic Marketing*, 15 (2), 541-572. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0313>
- Bouheni, F. B., Tewari, M., Sidaoui, M., & Hasnaoui, A. (2023). An econometric understanding of fintech and operating performance. *Review of Accounting & Finance*, 22(3), 329-352. doi:<https://doi.org/10.1108/RAF-10-2022-0290>
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *Digital Banking Dinilai Optimal, BSI Raih Penghargaan Best Digital Bank*.
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *LAPORAN TAHUNAN 2023 PT BANK SYARIAH INDONESIA*, Tbk.
- Bank Syariah Indonesia. (2025). *Jadi Salah Satu Fitur Paling Diminati, Transaksi Ziswaf via Mobile Banking BSI Tembus Rp121M Pada 2024*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/jadi-salah-satu-fitur-paling-diminati-transaksi-ziswaf-via-mobile-banking-bsi-tembus-rp121m-pada-2024>

- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98–104. doi:10.1037/0021-9010.78.1.98
- Firdaus, F., & Astuti, D. (2023). Millennials' Intention in Using Islamic Digital Charity Platform: A TAM and TPB Perspective. *Journal of Islamic Fintech*, 2(2), 54–68. <https://doi.org/10.24843/jif.2023.v2.i2.p4>
- Habibah, U., & Nurafini, F. . (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh Menggunakan Fitur Berbagi-Ziswaf BSI. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 97–111. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n1.p97-111>
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*.
- Hakim, A. R. (2023). *Data Nasabah Diduga Bocor dan Layanan Terganggu Sejak Senin, BSI Perlu Ganti Rugi?*
- Hammadi, M. A., Juan Antonio Jimber-Del Río, Ochoa-Rico, M., Orlando, A. M., & Vergara-Romero, A. (2024). Risk management in islamic banking: The impact of financial technologies through empirical insights from the UAE. *Risks*, 12(2), 17. doi:<https://doi.org/10.3390/risks12020017>
- Hartanto, A., & Wahyuningtyas, R. (2023). Market share improvement strategy formulation through application digital platform in sharia bank of indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(7), 114-125. doi:<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i7.2817>
- Hassan, M. K., Rabbani, M. R., & Ali, M. A. M. (2020). Challenges for the islamic finance and banking in post COVID era and the role of fintech. *Journal of Economic Cooperation & Development*, 41(3), 93-116.
- Hasyim, F., Awwal, M. A.-F., & Al Amin, N. H. (2020). ZISWAF Digital Payment as An Effort to Reach Millennials. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 183–210. <https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.2.5752>
- Hasyim, F., Awwal, M. A.-F., & Al Amin, N. H. (2020). ZISWAF Digital Payment as An Effort to Reach Millennials. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 183–210. <https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.2.5752>
- Hindardjo, A. & Evi, T. (2022). The Theory of Planned Behavior (TPB) Approach and Regulation on Muzakki's Behavior in Paying Zakat in DKI Jakarta Province. *JEFMS Journal*, 5 (3), 773-790. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i3-28>
- Ichwan, A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
- International Data Corporation. (2024). *Worldwide Spending on Digital Transformation is Forecast to Reach Almost \$4 Trillion by 2027, According to New IDC Spending Guide*.

- Jiang, L., Zhang, J., & Wong, Y. D. (2024). Digital technology in occupational health of manufacturing industries: A systematic literature review. *SN Applied Sciences*, 6(12), 631. doi:<https://doi.org/10.1007/s42452-024-06349-4>
- Jogiyanto. (2008). *Analisis Dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Khadaifi, M. (2024). *Daftar 10 Bank Syariah Terbesar di RI, BSI Belum Ada Lawan*. CNBC Indonesia.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.31942/AKSES.V16I1.4471>.
- Kumar, D., Phani, B. V., Chilamkurti, N., Saurabh, S., & Ratten, V. (2024). A taxonomy of blockchain technology application and adoption by small and medium-sized enterprises. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 12(3), 141-160. doi:<https://doi.org/10.15678/EBER.2024.120308>
- Kurniaputri, M. R. (2020). Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital. *E-Qien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 15-22.
- Koumas, M., Dossou, P. and Didier, J. (2021) Digital Transformation of Small and Medium Sized Enterprises Production Manufacturing. *Journal of Software Engineering and Applications*, 14, 607-630. doi: 10.4236/jsea.2021.1412036.
- Lubis, A., & Nasution, M. (2022). The Role of Digital Zakat Platform in Enhancing Donation Behavior in Islamic Banking. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 14(1), 87–101. <https://doi.org/10.21093/al.v14i1.3892>
- Lee, N., & Suh, S. (2024). How does digital technology inspire global fashion design trends? big data analysis on design elements. *Applied Sciences*, 14(13), 5693. doi:<https://doi.org/10.3390/app14135693>
- Multifiah, Satuman. (2011). *ZIS Untuk Kesejahteraan Ummat*. Malang: UB Press
- Najib, M. A. (2017). Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah. *Jurisprudence*, 2(1)
- Oktavendi, T. W., & Mua'ammal, I. (2021b). The Role Of Risk, Trust, Social Influence On ZIS Online Payment Adoption: Generation-Z Perspectives. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 430–446. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i2.17400>
- Plichta, S. B., Kelvin, E. A., Munro, B. H. (2013). *Munro's statistical methods for health care research (Sixth edition)*. Lippincott Williams & Wilkins.
- Rahman, M., & Sari, N. P. (2022). Trust and experience in the use of digital zakat services: Case study in Islamic banking. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 8(2), 50–66. <https://doi.org/10.25272/j.2149-8407.2022.8.2.04>
- Rakhmania, N. A., Multifiah & Noor, I. (2024). The Influence of the Technology Acceptance Model on the Decision to Pay ZIS through Digital Payment in Malang City. *International Conference on Social Science*, 3 (2), 302-314. <https://doi.org/10.59188/icss.v3i2.214>

- Santia, T. (2023). *Usai Proses Maintenance, Layanan Kantor Cabang dan ATM BSI Kembali Pulih*.
- Schallmo, D., Williams, C.A., & Boardman, L. (2017) Digital transformation of business models — best practice, enablers, and roadmap. *International Journal Innovation Management* 21(8), 1-17 <https://doi.org/10.1142/S136391961740014>
- Schmitt, N. (1996). Uses and abuses of coefficient alpha. *Psychological Assessment*, 8(4), 350–353. doi:10.1037 /1040-3590.8.4.350.
- Suharto, S., & Laily, N. (2021). Determinants of Muslim intention to use Islamic financial technology (Islamic Fintech): Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(8), 1804–1824. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0024>
- Suryani, E. (2020). ZAKAT INFAK SODAQOH SEBAGAI INSTRUMEN PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA. *As-Syar'i : Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*. <https://doi.org/10.47467/as.v2i2.127>.
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). THE EFFECT OF RELIGIOSITY AND TRUST ON INTENTION TO PAY IN ZISWAF COLLECTION THROUGH DIGITAL PAYMENTS. *Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 98–115. <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293>
- Taber, K. S. (2013). *Classroom-based research and evidence-based practice: an introduction (2nd ed.)*. London: Sage.
- Tho'in, M. (2022). Acceptance and Usage Behavior of Bank Syariah Indonesia (BSI) Technology with TAM and Spiritual Motivation during the COVID-19 Pandemic. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 10(3), 719-728.
- Wardani, A. S. (2023). *BSI Diduga Kena Ransomware, Pakar: Antivirus Saja Belum Tentu Bisa Melawannya*.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori dasar Technology Acceptance Model*. Yogyakarta: CV Seribu Bintang.
- Zhao, Z. (2024). Leveraging digital health for strategic advancement in the sports industry: A multivariate analysis and developmental pathway: Research and regulation. *Journal of Commercial Biotechnology*, 29(5), 155-167. doi:<https://doi.org/10.5912/jcb1933>
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 12(5), 01–09. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>