

ABSTRAK

Inovasi layanan perbankan digital melalui aplikasi Byond By BSI bertujuan memudahkan transaksi finansial dan sosial bagi nasabah, termasuk kalangan mahasiswa. Namun, adopsi layanan ini belum optimal karena berbagai persepsi pengguna terkait manfaat, kemudahan, kepercayaan, fitur, dan risiko penggunaan. Hal ini berpotensi menghambat pertumbuhan pengguna dan efektivitas layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, ketersediaan fitur, dan persepsi risiko terhadap keputusan mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Malikussaleh dalam menggunakan layanan Byond By BSI. Metode kuantitatif digunakan dengan data dari 90 responden yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda setelah melewati uji validitas, reliabilitas, serta asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki nilai t sebesar $0,109 < t \text{ tabel } 1,662$, dengan signifikansi $0,913 > 0,10$, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Persepsi kemudahan menunjukkan nilai t sebesar $1,767 > 1,662$ dengan signifikansi $0,081 > 0,10$, yang berarti berpengaruh signifikan. Persepsi kepercayaan memiliki nilai t $0,632 < 1,662$ dengan signifikansi $0,529 > 0,10$, juga tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t sebesar $3,529 > 1,662$ dan signifikansi $0,001 < 0,10$. Persepsi risiko berpengaruh negatif namun tidak signifikan dengan nilai t sebesar $-2,357 > 1,662$ dan signifikansi $0,21 > 0,10$. Model regresi yang terbentuk mampu menjelaskan 41,2% variasi keputusan nasabah ($R^2 = 0,412$). Penelitian ini menyimpulkan bahwa ketersediaan fitur merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan Byond By BSI. Oleh karena itu, pengembangan fitur dan inovasi layanan perlu menjadi fokus utama pengelola layanan untuk meningkatkan minat pengguna.

Kata Kunci : *Technology Acceptance Model (TAM)*, Keputusan, Byond By BSI, Mahasiswa