

## ANALISIS *POP-UP INFAK* PADA APLIKASI BYOND BSI MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*

Ridha Aminullah<sup>1\*</sup>

Muliza<sup>2</sup>

Yoni Hendrawan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Perbankan Syariah

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh  
Meulaboh, 23681, INDONESIA

<sup>2,3</sup>Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh  
Meulaboh, 23681, INDONESIA

### Abstract

This study aims to analyze the level of acceptance in the use of the pop-up donation feature in the Byond Bank Syariah Indonesia (BSI) application using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. In the Byond BSI application, there is a pop-up donation feature that is useful for transactions so that customers are more active in paying donations online. To assess the level of customer satisfaction with the pop-up donation in the Byond BSI application, the author analyzed using the TAM method approach created by Davis (1989). This method provides a basic theory for observing and understanding user behavior in receiving and using information systems. Data collection using Google Forms in the form of questionnaires distributed to customers or clients who use the Byond BSI application which includes 100 respondents. Previously, the instrument will be tested first with the Validity Test and Reliability Test. The Validity Test to ensure each question is indeed appropriate to measure the intended variable. The test results show that all items have a higher correlation than the r table (0.195), so they are declared valid. And the Reliability Test, to ensure the consistency of the answers. The Cronbach's Alpha test results showed values above 0.70 for all variables, thus the instrument is reliable. The results showed that Perceived Ease of Use had a percentage of 42%, the Perceived Usefulness indicator with a percentage of 37%, then the Perceived Behavioral Interest indicator obtained a percentage of 36%. Based on the descriptive analysis that has been done, the users of the pop-up infak feature on the Byond BSI application have not met the satisfaction standard so that it is not very well received by Byond application users.

**Keywords:** Byond BSI application, pop-up Infak, TAM method

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat penerimaan dalam penggunaan fitur *pop-up* infak di aplikasi Byond Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan menggunakan metode pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pada aplikasi Byond BSI terdapat fitur *pop-up* infak yang berguna untuk bertransaksi agar nasabah lebih aktif menunaikan infak secara online. Untuk menilai tingkat kepuasan nasabah terhadap *pop-up* infak pada aplikasi byond BSI, penulis menganalisis dengan menggunakan pendekatan metode TAM yang diciptakan oleh Davis (1989). Metode ini memberikan teori dasar untuk mengamati dan memahami perilaku pengguna dalam menerima serta menggunakan sistem informasi. Pengumpulan data dengan *Google Form* berupa kuesioner yang disebarluaskan kepada pelanggan atau nasabah yang menggunakan aplikasi byond Bsi yang mencakup 100 responden. Sebelumnya instrumen tersebut akan di uji terlebih dahulu dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Validitas untuk memastikan setiap pertanyaan memang layak untuk mengukur variabel yang dimaksud. Hasil pengujian menunjukkan semua item memiliki korelasi lebih tinggi dari r tabel (0,195), sehingga dinyatakan valid. Dan Uji Reliabilitas, untuk memastikan konsistensi jawaban. Hasil uji dengan *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai di atas 0,70 untuk semua variabel, sehingga instrumen reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Pemakaian memiliki persentase 42%, indikator Persepsi Terhadap Kemanfaatan dengan hasil presentase sejumlah 37%, selanjutnya pada indikator Persepsi Minat Perilaku diperoleh presentase sebesar 36%. Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dilakukan bahwa pengguna fitur *pop-up* infak pada aplikasi byond bsi belum memenuhi standart kepuasan sehingga tidak begitu diterima oleh pengguna aplikasi Byond.

**Kata Kunci:** aplikasi Byond BSI, metode *TAM*, *pop-up* Infak,

DOI: [10.38038/vocatech.v7i2.261](https://doi.org/10.38038/vocatech.v7i2.261)

Received: 30 September 2025; Accepted: 24 Desember 2025; Published: 29 Desember 2025

**Citation in APA Style:** Aminullah, R, Muliza, Hendarwan, Y. (2025). Analisis *Pop-Up Infak* pada Aplikasi Byond BSI Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *VOCATECH: Vocational Education and Technology Journal*, 7(2), 376-384.

**\*Corresponding author:** Ridha Aminullah, Program Studi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh, Meulaboh, Indonesia  
Email: [Aminullahridha@gmail.com](mailto:Aminullahridha@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini sangat berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan dimasyarakat, dan ini juga terjadi dalam dunia perbankan ([Ardiansyah, 2022a](#)). Kehadiran layanan digital dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja. Salah satu bentuk inovasi digital tersebut adalah dengan hadirnya aplikasi Byond dengan berbagai fitur-fitur didalamnya dan yang sering didapatkan saat ini adalah fitur *Pop-up* infak yang muncul setelah setelah seseorang melakukan transaksi dengan aplikasi byond BSI. Fitur merupakan suatu karakteristik sifat, atau bagian khusus dari suatu produk, sistem, atau layanan yang memberikan fungsi atau manfaat tertentu bagi penggunanya untuk membedakan suatu produk dengan layanan yang sama sehingga menjadi daya tarik tersendiri pada suatu produk untuk dipergunakan oleh pengguna ([Mukti, 2021](#)). Fitur dapat menambah fungsi dasar suatu produk sehingga fitur menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, dan ini merupakan alat kunci untuk mendefinisikan sesuatu produk dengan produk pesaing. Suatu fitur memerlukan media sebagai penyampaian atau antar muka kepada pengguna yang akan muncul ketika pengguna aplikasi dibuka dan ini yang dinamakan dengan *Pop-up* ([Yanto et al., 2023](#)). Fitur *pop-up* infak pada aplikasi Byond BSI akan muncul ketika pengguna aplikasi Byond BSI telah selesai melakukan transaksi finansialnya, dan ini sebagai media untuk menawarkan kepada pengguna untuk melakukan berinfak secara online. Kehadiran fitur ini tidak hanya memudahkan proses berinfak, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam beramal, hanya dengan sekali klik, nasabah dapat langsung menyalurkan infak tanpa harus melalui proses yang rumit ([Pulungan, 2023](#)). Fitur *pop-up* infak diharapkan dapat diterima dan bermanfaat bagi pengguna aplikasi Byond BSI sehingga pengguna nantinya tertarik untuk menggunakan fitur tersebut dan dapat melakukan infak dengan mudah kapan dan dimanapun pengguna berada.

*Technology Acceptance Model (TAM)* dapat menganalisis kemudahan penggunaan, kemanfaatan dan ketertarikan pengguna fitur *pop-up* infak di aplikasi Byond tersebut. Dalam teknologi informasi proses pelajarannya diadopsi dengan menggunakan model penerimaan *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang merupakan suatu teori yang mengambil pendekatan dan berfokus pada perilaku. Dari artikulasi tersebut, huruf “A” pada Cap berarti “Pengakuan” dan itu mengandung arti pengertian. Hasilnya, *Technology Acceptance Model (TAM)*, dapat digambarkan sebagai model analitis dalam menentukan penerimaan pengguna terhadap perilaku teknologi. Model ini memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang bagaimana pengguna mengadopsi teknologi informasi sehubungan dengan sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi cara mereka menggunakan. karena terdapat dua faktor yaitu kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat, maka *Technology Acceptance Model (TAM)*, memiliki komponen persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat penggunaan ([Wijaya & Setiawan, 2022](#)).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang diterbitkan pada tahun 2024 dengan judul “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking Sumut Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model (TAM)*”. Oleh Umar Mari Adong Harahap dan kawan-kawan menarik kesimpulan bahwa: Diketahui penggunaan aplikasi Mobile Banking Sumut sangat memuaskan nasabah sesuai dengan hasil Persepsi Kemudahan Pemakaian (*Perceived ease of use*) dengan nilai persentase sebesar 80%, Kemanfaatan aplikasi Mobile Banking Sumut (*Perceived Usefulness*) dengan persentase sebesar 79%, dan Persepsi Minat Perilaku (*Behavioral Intention To Use*) dengan persentase 80%. Dari hasil penelitian kepuasan dapat dikatakan pengguna puas menggunakan aplikasi Mobile Banking Sumut ([Harahap et al., 2024](#)). Berdasarkan penulisan tersebut, penulis melakukan penelitian baru untuk melihat suatu kepuasan atau minat pengguna suatu fitur pada suatu aplikasi dengan judul “Analisis *Pop-up* Infak pada Aplikasi Byond BSI Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*”. Penelitian ini nantinya bertujuan untuk menganalisa seberapa besar persentase pengguna aplikasi Byond yang menerima, memanfaatkan serta menggunakan fitur *pop-up* infak yang ada di aplikasi Byond BSI sehingga nantinya apa yang ditawarkan pada fitur *pop-up* infak tersebut perlu ditinjau lebih jauh dari sisi penerimaan penggunaannya. Pertanyaan yang muncul adalah apakah fitur *pop-up* infak benar-benar dapat dirasakan bermanfaat, mudah digunakan, serta mampu menumbuhkan sikap positif dan minat nasabah atau pelanggan untuk terus digunakan. Dalam menjawab hal ini, peneliti akan mengukur tingkat penerimaannya dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai pengukur tingkat penerimaan pengguna, dalam penelitian ini terdapat tiga variabel metode yang sudah dimodifikasi yaitu variabel Persepsi Kemudahan Pemakaian (*Perceived Ease of Use*), variabel Persepsi Terhadap Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan variabel Persepsi Minat Prilaku (*Behavioral Intention to Use*) ([Maita & Majid, 2022](#)).

## 2. STUDI PUSTAKA

Teknologi informasi telah menjadi katalis utama dalam mendorong transformasi di dunia perbankan. Pemanfaatan teknologi dalam perbankan syariah merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan, seiring dengan meningkatnya ekspektasi nasabah terhadap kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi (Ardiansyah, 2022b). Digitalisasi layanan perbankan saat ini memungkinkan untuk melakukan aktifitas finansial apapun diberbagai tempat dan waktu yang tanpa harus memerlukan kehadiran di kantor pusat atau cabang BSI (A'yun & Ulfah, 2025). Salah satu aktifitas finansial yang merupakan aktifitas dari layanan perbankan adalah dengan adanya fitur *pop-up* infak pada aplikasi Byond BSI.

Dalam hal layanan perbankan syariah, digitalisasi perbankan telah menghadirkan *platform* digital berupa *mobile banking* dan biasa dikenal dengan BSI Mobile yang bermanfaat untuk memfasilitasi berbagai transaksi online yang digunakan oleh nasabah atau penggunanya sehingga dapat memudahkan dalam melakukan transaksi kapan dan dimanapun berada. Dan saat ini BSI telah melakukan pengembangan inovasi baru berupa aplikasi Byond yang didalamnya terdapat berbagai fitur termasuk *pop-up* infak (Ramdani, 2025).

Fitur *pop-up* merupakan salah satu komponen antarmuka yang berfungsi menampilkan pesan, informasi, atau instruksi tertentu kepada pengguna dalam bentuk jendela kecil yang sering muncul di layar perangkat di dalam sebuah aplikasi (Miftahuddin & Hendarsyah, 2019). Kehadirannya biasanya bersifat sementara dan muncul pada saat-saat tertentu untuk menarik perhatian pengguna untuk melakukan suatu agar berminat terhadap apa yang ditampilkan pada fitur *pop-up*. Dalam konteks aplikasi modern, *pop-up* sering digunakan sebagai media pemberitahuan, konfirmasi, maupun promosi. Dari sisi pengalaman pengguna, *pop-up* dinilai mampu memberikan tampilan yang lebih interaktif dan variatif sehingga dapat membantu pengguna dalam memahami informasi dengan cepat (Wibowo et al., 2019). Selain itu, keberadaan *pop-up* juga mendukung penyampaian konten yang bersifat abstrak agar lebih mudah dipahami, sebab informasi ditampilkan secara visual dan kontekstual tepat pada saat dibutuhkan (Hernandez & David, 2022; Surahman & Setiawan, 2017). Dengan demikian, fitur ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi antara aplikasi dan penggunanya. (Susilawati et al., 2025). Pada aplikasi byond, fitur pop up infak tersebut muncul setelah melakukan transaksi melalui aplikasi Byond dan selanjutnya untuk penggunaannya tergantung kepada pengguna itu sendiri apakah ingin melanjutkan untuk berinfak ataukah tidak.

Infak berasal dari kata amafaqa yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Sedangkan menurut terminologi syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta yang kita miliki atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran islam.

Infak berbeda dengan zakat dimana infak tidak mengenal nisab dari jumlah harta yang telah ditentukan secara hukum. Dalam kompilasi hukum ekonomi syariah, infak merupakan suatu pendermaan dengan memberikan sesuatu harta atau menafkahkan kepada pihak lain secara ikhlas dengan mengharapkan ridha Allah swt. Infak juga berbeda dengan shadaqah dimana infak sangat berkaitan dengan materi yang akan diberikan kepada pihak lain sesuai kemampuan, sedangkan shadaqah mempunyai pengertian yang lebih luas daripada materi, dan bisa jadi nonmateri (Syarif, 2024).

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan sebuah model penerimaan teknologi yang mengadopsi *theory of reasoned action (TRA)* teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut (Fidela et al., 2023). Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut teori ini dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Teori terkait sistem teknologi merupakan teori yang sangat berpengaruh umumnya untuk menjelaskan terkait penerimaan sistem teknologi informasi kepada individual atau pengguna aplikasi dalam halnya penggunaan sistem teknologi informasi, dimana hal tersebut merupakan salah satu kajian yang cukup berpengaruh dan banyak digunakan untuk mendapatkan pemahaman tersebut. Dengan demikian, pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* memberikan gambaran mengenai bagaimana penilaian individu dapat memengaruhi kecenderungan dalam menggunakan teknologi informasi (Muntianah et al., 2012).

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada nasabah atau pelanggan BSI yang menggunakan aplikasi Byond BSI di Aceh Barat dan dilakukan pada bulan September 2025 dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif serta menggunakan metode survei model analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* dimana hipotesis ini nantinya bergantung pada alasan tanggapan dan pandangan individu terhadap sesuatu akan menentukan mentalitas dan perilakunya. Tujuan dari model ini adalah untuk memahami variabel-variabel

yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan inovasi. Sisi pertama *Technology Acceptance Model (TAM)* berisi gambaran umum tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi, sedangkan sisi kedua berisi keyakinan, pola penggunaan, dan teknologi aktual yang digunakan. Sehingga model ini sesuai nantinya untuk melihat bagaimana penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi, dalam hal ini fitur *pop-up infak* pada aplikasi Byond BSI.

Ada dua belas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Pada tabel 1 Instrumen eksplorasi yang berisi penanda Cap dan disesuaikan dengan objek pemeriksaan. Pengambilan jajak pendapat eksplorasi dengan menggunakan instrumen dengan skala likert yang telah ditentukan sebelumnya yaitu dengan memanfaatkan layanan *Google Form* yang berupa kuesioner. Studi penelitian berisi pertanyaan tentang data responsend sendiri, mulai dari jenis kelamin, umur, hingga ke pertanyaan dan informasi lainnya terkait penelitian. Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* digunakan untuk mengolah instrumen kuesioner. Dalam mengevaluasi instrumen penelitian dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

**Tabel 1.**

Indikator	Kuesioner
Persepsi Kemudahan Pemakaian ( <i>Perceived Ease of Use</i> )	Saya merasa nyaman dengan fitur <i>pop-up infak</i> pada aplikasi Byond. Fitur <i>pop-up infak</i> mudah dipahami penggunaannya. Tampilan fitur <i>pop-up infak</i> jelas dan tidak membingungkan. Proses penggunaan fitur <i>pop-up infak</i> sederhana dan praktis. Fitur <i>pop-up infak</i> membantu saya dalam menyalurkan infak secara online. Fitur <i>pop-up infak</i> bermanfaat dalam memudahkan transaksi keagamaan saya. Fitur <i>pop-up infak</i> membuat saya lebih termotivasi untuk berinfak. Fitur <i>pop-up infak</i> meningkatkan efektifitas saya dalam menunaikan infak.
Persepsi Terhadap Kemanfaatan ( <i>Perceived Usefulness</i> )	Saya tidak memerlukan banyak waktu untuk untuk mempelajari cara menggunakan fitur <i>pop-up infak</i> . Saya akan menggunakan fitur <i>pop-up infak</i> ketika melakukan transaksi di aplikasi Byond. Saya merasa puas dengan menggunakan fitur <i>pop-up infak</i> . Saya akan merekomendasikan fitur <i>pop-up infak</i> kepada orang lain.
Persepsi Minat Prilaku ( <i>Behavioral Intention to Use</i> )	

Tahapan penelitian pada gambar.1 yang pertama dilakukan adalah perumusan masalah yang selanjutnya mengumpulkan data dimana populasi untuk pengambilan sampel yang dilakukan untuk penelitian ini adalah pada seluruh nasabah BSI di Aceh Barat yang menggunakan aplikasi byond BSI . Dari populasi tersebut, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responsend dengan dengan penyebaran kuesioner. Sampel dipilih dengan teknik *accidental sampling*, yaitu siapa saja nasabah BSI di Aceh Barat yang menggunakan aplikasi Byond dan bersedia mengisi kuesioner melalui google form yang telah dibagikan secara online.

Data diperoleh melalui kuesioner yang telah dibagikan melalui google form yang terdiri dari dua bagian pertanyaan. Bagian pertama berisi data responsend seperti jenis kelamin dan usia dan dibagian kedua berisi 12 butir pernyataan yang diadaptasi dari konstruk dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, yaitu:

*Perceived Ease of Use (PEOU) → 4 item pertanyaan.*

*Perceived Usefulness (PU) → 4 item pertanyaan.*

*Behavioral Intention to Use (BIU) → 4 item pertanyaan.*

Di setiap pernyataan-pertanyaan tersebut diukur dengan skala Likert 5 poin, mulai dari 1=sangat tidak setuju sampai 5=sangat setuju, seperti pada tabel 2.

**Tabel 2.** Penyajian kuesioner

Jawaban	Mutu
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Hasil dari kuesioner tersebut akan dijadikan Instrumen penelitian untuk mengukur kemudahan penggunaan, kemanfaatan, dan minat perilaku responden terhadap fitur pop-up infak. Sebelumnya instrumen tersebut akan di uji terlebih dahulu dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Validitas untuk memastikan setiap pertanyaan memang layak mengukur variabel yang dimaksud. Hasil pengujian menunjukkan semua item memiliki korelasi lebih tinggi dari r tabel (0,195), sehingga dinyatakan valid. Dan Uji Reliabilitas, untuk memastikan konsistensi jawaban. Hasil uji dengan *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai di atas 0,70 untuk semua variabel, sehingga instrumen reliabel.

Data yang valid dan reliabel dianalisa dengan dua tahap. Pertama, analisis deskriptif responden untuk melihat karakteristik mereka berdasarkan usia dan jenis kelamin. Kedua, analisis deskriptif variabel penelitian menggunakan perhitungan skor kriteria, skor total, dan persentase. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Skor Kriteria (SK)} = \text{Skala Likert} \times \text{Jumlah Item} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Persentase (P)} = (\text{Skor Total} \div \text{Skor Kriteria}) \times 100\%$$

Dari dua analisis tersebut dan diterapkannya TAM sebagai metode dalam menentukan persepsi pengguna terhadap kemudahan dan sikap yang terima oleh pengguna sehingga peneliti dapat menilai sejauh mana responden dapat menerima fitur Pop-up infak pada aplikasi Byond BSI yang dinilai dari kemudahan penggunaan, bermanfaat, dan memiliki daya tarik untuk dipakai kembali.



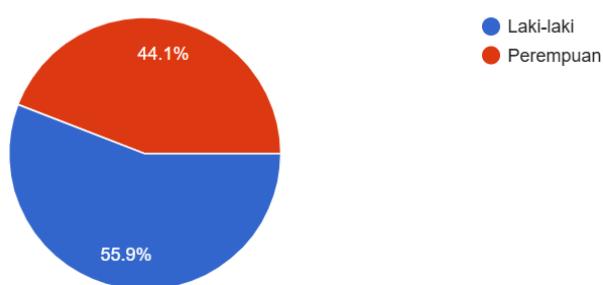
**Gambar 1.** Tahapan Penelitian

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner yang dilakukan secara online dengan menggunakan google form yang telah dibagikan kepada pengguna aplikasi byond diperoleh data sebanyak 100 responden yang kemudian data tersebut diolah sehingga mendapatkan informasi sebagai berikut:

##### 4.1. Profil Responden

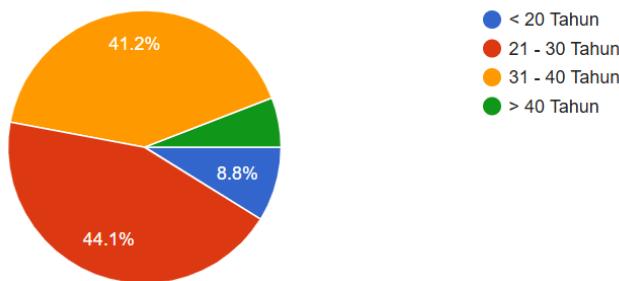
###### a. Jenis Kelamin



**Gambar 2.** Persentase Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Gambar 2, diketahui perempuan sebanyak 44 orang atau 44.1 persen, dan laki-laki sebanyak 56 orang atau 55.9 persen. Dari 100 responden menunjukkan bahwa yang banyak terlibat fitur pop-up infak di aplikasi byond sebagian besarnya adalah dari laki-laki.

b. Usia  
100 Responses



**Gambar 3.** Persentase Usia Responden

Diketahui dari gambar 3 responden berusia dibawah 20 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 8.8%, berusia 21-30 tahun sebanyak 44 orang dengan persentase 44.1%, berusia 31-40 tahun sebanyak 41 orang dengan persentase 41.2% serta sisanya berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 5.9%.

#### 4.2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui kelayakan dari pertanyaan yang diajukan kepada koresponden. Pengujian ini dilakukan pada setiap butir pertanyaan-pertanyaan yang diberikan. valid atau tidaknya suatu kuesioner dapat dilihat dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel dimana  $r$  tabel yang digunakan nantinya adalah 0,195. Uji validitas ini dilakukan pada 100 koresponden dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
- Nilai  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.
- Hasil uji validitas ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.** Uji Validitas

Indikator	Item total correlation	r tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan Pemakaian <i>(Perceived Ease of Use)</i>	0,402	0,195	Valid
	0,525	0,195	Valid
	0,511	0,195	Valid
	0,509	0,195	Valid
Persepsi Terhadap Kemanfaatan <i>(Perceived Usefulness)</i>	0,532	0,195	Valid
	0,444	0,195	Valid
	0,579	0,195	Valid
	0,557	0,195	Valid
Persepsi Minat Prilaku <i>(Behavioral Intention to Use)</i>	0,503	0,195	Valid
	0,321	0,195	Valid
	0,542	0,195	Valid
	0,413	0,195	Valid

Berdasarkan dari hasil tabel 3 diatas terlihat bahwa semua indikator yang digunakan pada pengukuran variabel penelitian ini mempunyai nilai korelasi  $>0,195$  sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang diajukan sebagai pengukurnya adalah valid, dan ini terlihat ditabel dimana nilai  $r$  hitung lebih besar daripada nilai  $r$  tabel maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua instrumen pertanyaan tersebut sudah baik dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

### 4.3. Uji Realibilitas

Pengujian reabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui ketepatan, keakuratan, kestabilan serta konsistensi instrumen atau alat pengumpul data. Reliabilitas dihitung dengan koefisien Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) sehingga suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 (Yusup, 2018).

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3, diketahui bahwa nilai *item-total correlation* seluruh butir pertanyaan berada pada kisaran 0,321 hingga 0,579, yang tergolong tinggi sehingga untuk pengujian reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* akan menghasilkan nilai di atas 0,70 pada setiap variabel, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4 berikut:

**Tabel 4.** Uji Realibilitas

Indikator	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan Pemakaian ( <i>Perceived Ease of Use</i> )	4	0,791	Reliabel
Persepsi Terhadap Kemanfaatan ( <i>Perceived Usefulness</i> )	4	0,817	Reliabel
Persepsi Minat Prilaku ( <i>Behavioral Intention to Use</i> )	4	0,762	Reliabel

Dari hasil pengujian realibilitas diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua variable yang diteliti dalam penelitian ini sudah sesuai dengan kriteria, hal ini dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* yaitu diatas 0.60 (Janti, 2014). Dan dapat dilanjutkan untuk melakukan analisis selanjutnya yaitu deskripsi statistik.

a. Deskripsi statistik

Deskripsi statistik bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan tanggapan mereka terhadap variabel penelitian, dan ini merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan data dan penyajian informasi. Berikut ini adalah perhitungan analisis deskriptif untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Skor Kriteria (SK)

SK=Kriteria x Indicator x Jumlah Responden.

Untuk indikator Persepsi Kemudahan Pemakaian (*Perceived ease of use*)

$$\begin{aligned} SK &= 5 \times 4 \times 100 \\ &= 2000 \end{aligned}$$

Skor indikator Persepsi Terhadap Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

$$\begin{aligned} SK &= 5 \times 4 \times 100 \\ &= 2000 \end{aligned}$$

Skor indikator Persepsi Minat Perilaku (*Behavioral Intention To Use*)

$$\begin{aligned} SK &= 5 \times 4 \times 100 \\ &= 2000 \end{aligned}$$

2. Skor total

Skor total di peroleh dari jumlah pengumpulan data yang sudah di lakukan di setiap variabel.

**Tabel 5.** Skor total

Indikator	Scor Total
Persepsi Kemudahan Pemakaian ( <i>Perceived Ease of Use</i> )	840
Persepsi Terhadap Kemanfaatan ( <i>Perceived Usefulness</i> )	740
Persepsi Minat Prilaku ( <i>Behavioral Intention to Use</i> )	720

3. Besar persentase

Rumus besar persentase adalah Persentase = Skor total x 100% / Skor Kriteria  
Maka:

Besar persentase dari Persepsi Kemudahan Pemakaian (*Perceived Ease of Use*)

$$P = 840 \times 100\% / 2000 = 42\%$$

Besar persentase dari Persepsi Terhadap Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

$$P = 740 \times 100\% / 2000 = 37\%$$

Besar persentase dari Persepsi Minat Prilaku (*Behavioral Intention to Use*)

$$P = 720 \times 100\% / 2000 = 36\%$$

Sehingga hasil dari perhitungan dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 6.** Analisis deskriptif

Indikator	$\Sigma SK$	$\Sigma SH$	P
Persepsi Kemudahan Pemakaian ( <i>Perceived Ease of Use</i> )	2000	840	42%
Persepsi Terhadap Kemanfaatan ( <i>Perceived Usefulness</i> )	2000	740	37%
Persepsi Minat Prilaku ( <i>Behavioral Intention to Use</i> )	2000	720	36%

Hasil diatas merupakan hasil yang didapatkan dari jawaban responen pengguna aplikasi Byond yang telah dibagikan melalui google form berupa kuesioner, didapatkan persentase dari persepsi kemudahan pemakaian (*Perceived Ease of Use*) sebesar 42%, persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) sebanyak 37% dan Persepsi Minat Prilaku (*Behavioral Intention to Use*) sebanyak 36%. Dari hasil analisis deskriptif statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa fitur pop-up infak pada aplikasi Byond BSI tidak begitu menarik dan tidak begitu diminati oleh pengguna aplikasi Byond BSI, sehingga menyebabkan kurangnya prilaku dalam pemakaian oleh pengguna dan menyebabkan fitur pop-up infak pada bsi tersebut tidak begitu bermanfaat.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan Analisis *Pop-up Infak* pada aplikasi Byond BSI dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang didapatkan, maka diperoleh informasi responen yang telah diperoleh dari data yang dikumpulkan dengan menggunakan *google forms* yang meliputi jenis kelamin dan usia. Pada jenis kelamin responen menunjukkan laki-laki lebih banyak memberikan atau mengisi kuesioner *google form* yang telah dibagikan dibandingkan dengan responen perempuan, yaitu laki-laki sebanyak 56 orang dengan persentase 55,9% dan perempuan sebanyak 44 orang dengan persentase 44,1%. Data usia responen menunjukkan usia 21 tahun sampai 30 tahun merupakan usia yang dominan yang melakukan pengisian kuesioner dengan data nilai 44,1%, di usia 31 sampai 40 tahun 41,2%, usia dibawah 20 tahun dengan persentase 8,8%, dan responen 40 tahun keatas dengan persentase yang paling sedikit melakukan pengisian kuesioner sehingga hanya menerima informasi yaitu 5,9%. Diketahui penggunaan fitur *Pop-up infak* pada aplikasi Byond BSI telah dianalisis menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* yaitu, untuk Persepsi Kemudahan Pemakaian (*Perceived ease of use*) dengan nilai persentase sebesar 42%, Persepsi Terhadap Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) fitur *pop-up infak* pada aplikasi Byond BSI dengan persentase sebesar 37%, dan Persepsi Minat Perilaku (*Behavioral Intention To Use*) untuk menggunakan fitur pop-up infak pada aplikasi Byond BSI dengan persentase 36%. Dari hasil penelitian fitur *pop-up infak* pada aplikasi byond BSI tersebut dapat dikatakan bahwa fitur infak belum begitu memuaskan bagi pengguna baik dalam kemudahan pemakaian, kemanfaatan serta pada prilaku manusia untuk menggunakan langsung. Dalam data yang didapatkan untuk pengguna yang berminat untuk melakukan atau mempergunakan fitur pop-up infak pada BSI hanya 36%, dan nilai ini merupakan persentase dibawah rata-rata karena dalam penelitian ini banyak yang tidak menggunakan fitur *pop-up infak* pada aplikasi Byond tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, E. F., & Ulfah, M. (2025). Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 301–308.
- Ardiansyah, H. (2022a). Aplikasi Aceh halal recipe berbasis Android. *Jurnal Tika*, 7(2), 158–164.
- Ardiansyah, H. (2022b). Mobile Commerce: Isu dan Etika Dalam Berbagai Perspektif. *VOCATECH: Vocational Education and Technology Journal*, 4(1), 18–26.
- Fidela, S. Z., Azizah, M. P., & Hidayah, S. R. (2023). Tren Pengembangan Aplikasi Mobile: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro Dan Informatika*, 2(4), 30–48.
- Harahap, U. M. A., Pohan, I., & Ramadan, S. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking Sumut Menggunakan Metode TAM. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer TGD*, 7(2), 257–264.
- Hernandez, A., & David, F. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-Hari. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1(1), 17–32.
- Janti, S. (2014). Analisis validitas dan reliabilitas dengan skala likert terhadap pengembangan si/ti dalam penentuan pengambilan keputusan penerapan strategic planning pada industri garmen. *Prosiding Snast*, VOCATECH: Vocational Education and Technology Journal 7, 2 (2025): hal. 376-384

- 155–160.
- Maita, I., & Majid, S. (2022). Analisis penerimaan terhadap penggunaan e-learning menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi*, 30–35.
- Miftahuddin, M., & Hendarsyah, D. (2019). Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis. *Iqtishaduna*, 8(1), 16–32.
- Mukti, T. A. (2021). *Fitur Dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Btn Investa Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Tambun*.
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)(studi kasus pada kegiatan belajar mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang). *Profit: Jurnal Adminsitrasii Bisnis*, 6(1).
- Pulungan, I. A. (2023). *Analisis literasi zakat infaq dan shadaqah melalui penggunaan mobile banking (pada nasabah di PT BSI KCP Gunung Tuaj)*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- Ramdani, I. (2025). *Analisis BYOND App sebagai inovasi dalam meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Surahman, S., & Setiawan, E. B. (2017). Aplikasi mobile driver online berbasis Android untuk perusahaan rental kendaraaan. *Ultima InfoSys: Jurnal Ilmu Sistem Informasi*, 8(1), 35–42.
- Susilawati, A., Sujana, A., & Ali, E. Y. (2025). Pengembangan pop-up book digital untuk meningkatkan pemahaman konsep kelas IV materi bagian tumbuhan dan fungsinya. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 10(1), 158–164.
- Syarif, S. A. (2024). Mobile Application for Zakat, Infak, and Sadaqah Based On Sharia Economics. *Journal of Islamic Banking*, 5(1), 27–38.
- Wibowo, R. Y. A., Wijoyo, S. H., & Rokhmawati, R. I. (2019). Analisis pengalaman pengguna pada aplikasi mobile banking di indonesia dengan menggunakan usability testing dan User Experience Questionnaire (UEQ)(Studi pada JakOne Mobile dan BCA Mobile). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(6), 5666–5673.
- Wijaya, J. P., & Setiawan, A. S. (2022). Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet Banking & Mobile Banking. *Proceeding National Seminar on Accounting UKMC*, 1(1).
- Yanto, N., Muliana, G. H., & Zubair, S. (2023). The Effect of Pop Up Book Media in Science Learning: A Literature Review. *EduLine: Journal of Education and Learning Innovation*, 3(2), 214–220.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).