

ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah mendorong pergeseran aktivitas manusia menuju otomatisasi dan digitalisasi, termasuk di sektor perbankan. Bank Syariah Indonesia (BSI) merespons hal ini dengan meluncurkan aplikasi Byond by BSI, yang menawarkan fitur-fitur baru dan peningkatan performa. Meskipun aplikasi baru tersebut memberikan kemudahan dan efisiensi, berbagai keluhan masih muncul yang mengakibatkan sebagian nasabah enggan beralih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan layanan Byond by BSI dengan menerapkan model UTAUT2 yang diperluas dengan variabel religiusitas. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan menyebarkan survei kepada 415 responden yang merupakan nasabah aktif BSI *Mobile* namun belum beralih ke Byond. Analisis data menggunakan regresi logistik biner melalui IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, dan *religiosity* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap niat penggunaan. Sebaliknya, *social influence*, *facilitating conditions*, *price value*, dan *habit* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor performa aplikasi dan nilai-nilai religius lebih menentukan dibandingkan dengan faktor sosial. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar BSI memfokuskan pengembangannya pada performa transaksi, kemudahan penggunaan, pembuatan antarmuka pengguna (*user interface*) yang menarik, serta penguatan fitur-fitur yang berpusat pada ekosistem halal dan praktik ibadah untuk mendorong adopsi aplikasi Byond by BSI.

Kata Kunci: Byond by BSI, *Mobile Banking* Syariah, UTAUT 2.

