



**PENGARUH MANFAAT, KEAMANAN,  
KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN  
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI  
BYOND BY BSI**  
**(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas  
Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan)**



**TIARA DYAH SEKAR MAWARANTY**  
**NIM. 40122037**

**2026**

**PENGARUH MANFAAT, KEAMANAN,  
KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN  
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI BYOND  
BY BSI**

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Perguruan Tinggi di Pekalongan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**TIARA DYAH SEKAR MAWARANTY**

**NIM. 40122037**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2026**

**PENGARUH MANFAAT, KEAMANAN,  
KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN  
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI BYOND  
BY BSI**

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Perguruan Tinggi di Pekalongan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**TIARA DYAH SEKAR MAWARANTY**

**NIM. 40122037**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2026**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Dyah Sekar Mawaranty

NIM : 40122037

Judul Skripsi : **PENGARUH MANFAAT KEAMANAN, KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI BYOND BY BSI (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 2 Maret 2026

Yang menyatakan



Tiara Dyah Sekar Mawaranty

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Tiara Dyah Sekar Mawaranty

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.g. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr.wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Tiara Dyah Sekar Mawaranty

Nim : 40122037

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH MANFAAT KEAMANAN, KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI BYOND BY BSI (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan)**

Naskah tersebut memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Pekalongan, 04 Maret 2026  
Pembimbing



Ria Anisatus Sholihah, M.S.A  
NIP. 198706302018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [www.febi.uingudur.ac.id](http://www.febi.uingudur.ac.id)

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)  
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Tiara Dyah Sekar Mawaranty  
NIM : 40122037  
Judul Skripsi : PENGARUH MANFAAT, KEAMANAN, KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI BYOND BY BSI (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan)  
Dosen Pembimbing : Ria Anissatus Sholihah M.S.A

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 11 Maret 2026 dan dinyatakan LULUS.  
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Kuaifismanto, M.Ag.  
NIP.197712052009121001

Penguji II

Happy Sista Devy, M.M.  
NIP.199310142018012003

Pekalongan, 18 Maret 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. AM. Mub. Khafidz Ma'shum, M.Ag.  
NIP.197806162003121003

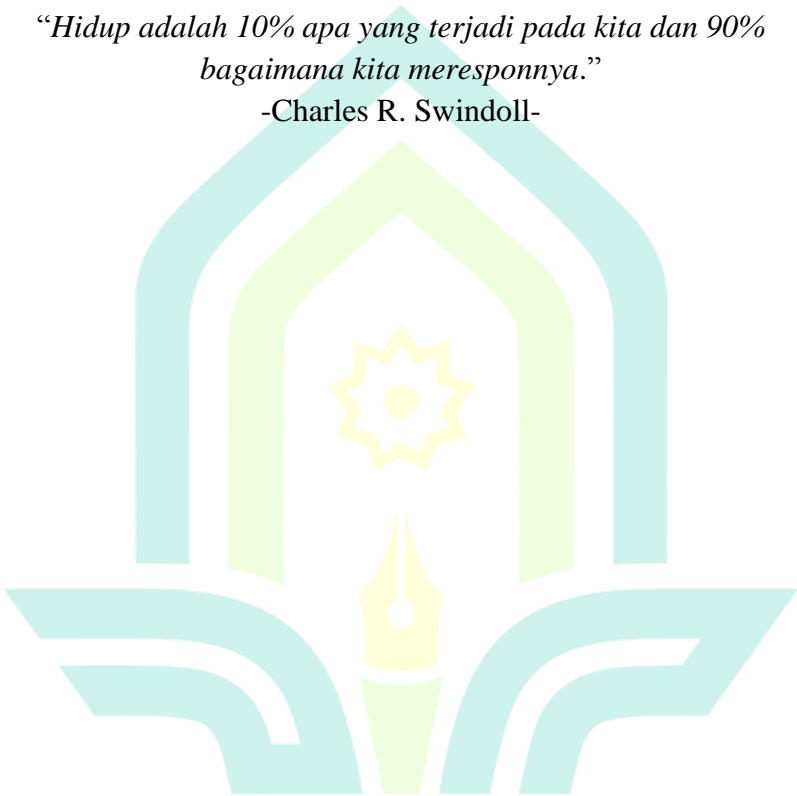
## MOTTO

*"Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung."*

-QS. Al-Jumu'ah: 10-

*"Hidup adalah 10% apa yang terjadi pada kita dan 90% bagaimana kita meresponnya."*

-Charles R. Swindoll-



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya, Papa Ponco Widodo (Alm.) dan Mama Deasy Primanty atas sumber doa dan kasih sayang yang tak pernah padam. Meski Papa kini hanya bisa kusapa lewat doa, semangat dan pengorbananmu selalu hidup di setiap langkahku. Untuk Mama, terima kasih atas segala cinta, kesabaran, dan dukungan tanpa batas.
2. Kepada Adik-adik saya, Karin Cindy Hayuningtyas dan Raditya Airlangga Widodo, semoga semoga karya ini menjadi motivasi serta teladan yang baik dalam menapaki jalan meraih impian.
3. Almamater saya, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, rumah ilmu yang membentuk saya menjadi pribadi yang lebih baik.

4. Dosen Pembimbing saya, Ibu Ria Anisatus Sholihah, M.S.A., yang dengan penuh kesabaran membimbing, menegur, dan menuntun hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dosen Wali Saya, Bapak Agus Arwani, M.Ag., dosen wali yang selalu hadir memberi arahan dan motivasi di setiap perjalanan studi.
6. Terima kasih juga kepada UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan (UNIKAL), dan Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan (UMPP), yang telah membuka ruang bagi terselenggaranya penelitian ini.
7. Rekan saya, Aulia dan Nurul terima kasih karena telah setia menemani perjalanan studi S1 saya sejak awal semester hingga akhir.



## ABSTRAK

**TIARA DYAH SEKAR MAWARANTY. Pengaruh Manfaat, Keamanan, Kemudahan, Fitur Layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi BYONG BY BSI (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan).**

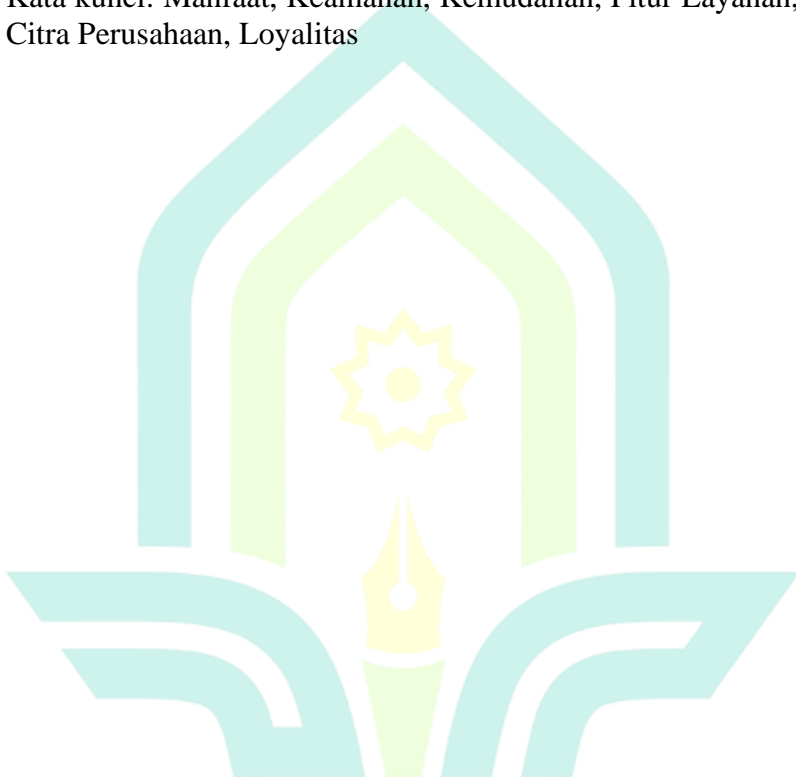
Perkembangan layanan perbankan digital menuntut perbankan syariah untuk mampu memberikan manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan yang memadai, serta citra perusahaan yang baik guna meningkatkan loyalitas pengguna. Loyalitas pengguna menjadi aspek penting, terkhusus di pihak mahasiswa sebagai generasi muda yang aktif menggunakan layanan digital. Studi ini dilakukan guna mengkaji sebab manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan akan loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI pada mahasiswa FEB UNIKAL, UMPP, dan UIN Gusdur.

Penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif sebagai pendekatan analisisnya. Informasi yang dimanfaatkan dalam riset ini bersumber dari data orisinal yang dihimpun secara langsung melalui distribusi angket kepada kalangan mahasiswa FEB UNIKAL, UMPP, dan UIN Gusdur sebagai responden penelitian. Penentuan responden dalam studi ini dilakukan dengan teknik pemilihan sampel secara bertujuan (*purposive*), yakni berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Sementara itu, pengolahan serta pengujian data dilaksanakan melalui pendekatan regresi linear berganda guna mengidentifikasi pengaruh simultan antarvariabel yang didukung dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Temuan riset ini mengindikasikan bahwa apabila ditinjau secara individual, masing-masing variabel manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI. Di samping itu, pengujian secara kolektif memperlihatkan bahwa keseluruhan variabel

bebas secara serentak memberikan dampak yang bermakna terhadap tingkat loyalitas pengguna. Besaran koefisien determinasi yang tercermin pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,772 mengindikasikan bahwa variasi loyalitas pengguna mampu diterangkan oleh lima variabel yang diteliti dengan kontribusi sebesar 77,2%. Adapun proporsi selebihnya, yakni 22,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.

Kata kunci: Manfaat, Keamanan, Kemudahan, Fitur Layanan, Citra Perusahaan, Loyalitas



## ABSTRACT

**TIARA DYAH SEKAR MAWARANTY. The Influence of Benefits, Security, Ease of Use, Service Features, and Corporate Image on User Loyalty of the BYONGBY BSI Application (A Case Study on Economics Faculty Students at Higher Education Institutions in Pekalongan).**

The development of digital banking services requires Islamic banking to be able to provide benefits, security, convenience, adequate service features, and a good corporate image in order to increase user loyalty. User loyalty is an important aspect, especially among students as the younger generation who actively use digital services. This study aims to determine the influence of benefits, security, convenience, service features, and corporate image on user loyalty to the BYOND by BSI application among students at FEB UNIKAL, UMPP, and UIN Gusdur.

This research is field research with a quantitative approach. The data used is primary data obtained through the distribution of questionnaires to students of FEB UNIKAL, UMPP, and UIN Gusdur as research respondents. The sampling technique used is purposive sampling. The data analysis method used in this study was multiple linear regression analysis supported by partial tests (t-tests), simultaneous tests (F-tests), and the coefficient of determination ( $R^2$ ).

The results of the study indicate that the variables of benefits, security, convenience, service features, and company image have a positive and significant effect on the loyalty of BYOND by BSI application users. In addition, the simultaneous test results show that all independent variables together have a significant effect on user loyalty. The coefficient of determination (Adjusted R Square) value of 0.772 shows that user loyalty can be explained by the five variables by 77.2%, while the remaining 22.8% is influenced by other variables outside this study.

**Keywords:** Benefits, Security, Convenience, Service Features, Company Image, Loyalty

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Manfaat, Keamanan, Kemudahan, Fitur Layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi BYOND BY BSI (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan)”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. M. Aris Syafi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

6. Ria Anisatus Sholihah, M.S.A., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Agus Arwani, M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Pekalongan dan Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 20 Maret 2026



Tiara Dyah Sekar Mawaranty

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxvi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II</b> .....	<b>16</b>
A. Landasan Teori .....	16
B. Telaah Pustaka .....	37
C. Kerangka Berpikir.....	61
D. Hipotesis .....	62

<b>BAB III .....</b>	<b>71</b>
A. Jenis Penelitian .....	71
B. Pendekatan Penelitian .....	71
C. Setting Penelitian .....	71
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	72
E. Variabel Penelitian.....	74
F. Sumber Data .....	80
G. Teknik Pengumpulan Data.....	81
H. Metode Analisis Data.....	82
<b>BAB IV .....</b>	<b>91</b>
A. Deskripsi Data.....	91
B. Analisis Data.....	97
C. Pembahasan .....	111
<b>BAB V .....</b>	<b>124</b>
A. Kesimpulan .....	124
B. Keterbasan Penelitian .....	125
C. Implikasi Penelitian .....	126
D. Saran .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>141</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Panduan transliterasi yang diterapkan dalam penulisan karya ini merujuk pada Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 0543b/1987. Aturan transliterasi tersebut dipakai untuk menuliskan kosakata bahasa Arab yang dianggap belum terserap ke dalam bahasa Indonesia, sebagaimana tercantum dalam *Kamus Linguistik* maupun *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Secara umum, ketentuan transliterasi yang dimaksud dapat dijelaskan sebagai berikut:

### A. Konsonan

Tabel huruf Arab beserta padanan transliterasinya ke huruf Latin dapat diperhatikan pada halaman berikut:

Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	—'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, sebagaimana dalam bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong serta vokal ganda atau diftong.

### 1. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan tanda baca atau *harakat*, ditransliterasikan ke dalam huruf Latin sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhammah	U	U

### 2. Vokal rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab, yang ditandai dengan kombinasi antara *harakat* dan huruf, dialihaksarakan ke dalam bentuk gabungan huruf Latin sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	Fathah dan ya	Ai	A dan I

أَوْ	Fathah dan wau	Au	A dan U
------	----------------	----	---------

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذُكِرَ	- zükira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
حَوْلَ	- haula

### C. Maddah

Maddah atau vokal panjang dalam bahasa Arab, yang ditandai dengan perpaduan *harakat* dan huruf, dialihaksarakan ke dalam huruf Latin beserta tanda tertentu, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ.....يَ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
اِ...يَ	Kasrah dan ya	ū	u dan garis atas
اِوُ...يَ	Ḍammah dan wau	ī	i dan garis atas

Contoh:

قَالَ	- qāla
رَمَى	- ramā
قِيلَ	- qīla

### D. Ta'marbuṭah

Transliterasi untuk ta marbūṭah ada dua, yaitu:



1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah  
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah  
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.
3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

### G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْ	- an-nau'
شَيْءٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أَمْرٌ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ -

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ - Ibrāhīm al-Khalīl

- Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا - Bismillāhimajrehāwamursahā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ - Wa mā Muhammadun illā rasul

وَلَقَدْ رَأَهُ بِالأُفُقِ المُبِينِ - Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ - Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn

- Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan xix kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan. Contoh:

- نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَقَنْحٌ قَرِيبٌ      - Naṣrunminallāhiwafathunqarīb  
بِاللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا      - Lillāhi al-amrujami'an  
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ      - Wallāhabikullisyai'in 'alīm

#### J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka.....	38
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	75
Tabel 3.2 Skala Likert .....	82
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	93
Tabel 4.2 Usia Responden .....	93
Tabel 4.3 Asal Perguruan Tinggi Responden.....	94
Tabel 4.4 Lama Penggunaan Aplikasi oleh Responden .....	95
Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan Aplikasi oleh Responden.....	96
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	98
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	100
Tabel 4.8 Hasil Uji Komogorov Smirnov .....	101
Tabel 4.9 Hasil Uji Glesjer.....	101
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	102
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	104
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	107
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	109
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	110



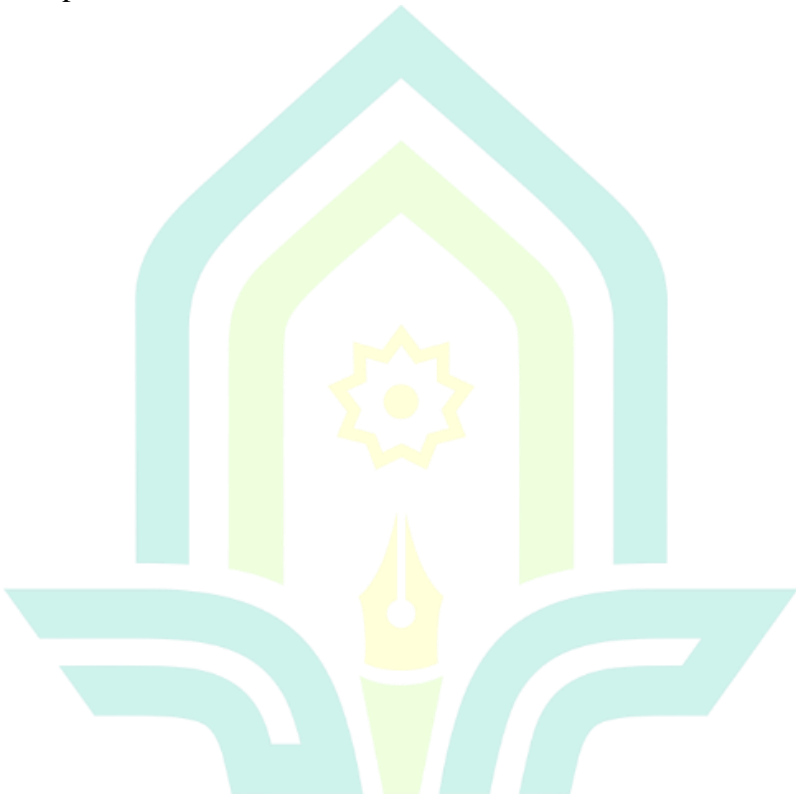
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Global Digital Finance Market.....	1
Gambar 1.2 Grafik Kontribusi Penetrasi Internet Indonesia dari Segi Umur .....	2
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	17
Gambar 2.2 Proses Terbentuknya Citra Perusahaan .....	36
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	141
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Kuisisioner .....	153
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen .....	166
Lampiran 4 Tabel r, Tabel t, dan Tabel F .....	172
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian .....	175
Lampiran 6 Dokumentasi .....	179



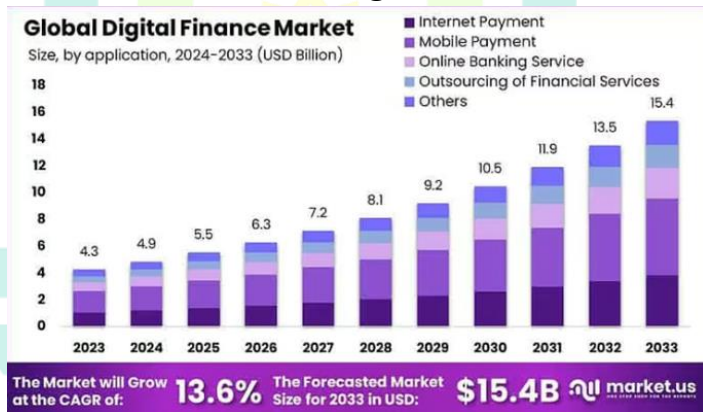
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi digital telah memengaruhi beragam sisi kehidupan manusia, tak terkecuali di bidang keuangan. Digitalisasi dalam industri perbankan memungkinkan transaksi menjadi lebih cepat, efisien, serta mudah dijangkau oleh masyarakat luas. Salah satu wujud inovasi yang tumbuh dengan cepat adalah penerapan keuangan digital, yang kini menjadi solusi utama bagi individu dalam melakukan transaksi keuangan tanpa perlu mengunjungi kantor cabang bank.

**Gambar 1.1**  
**Pertumbuhan Global Digital Finance Market**

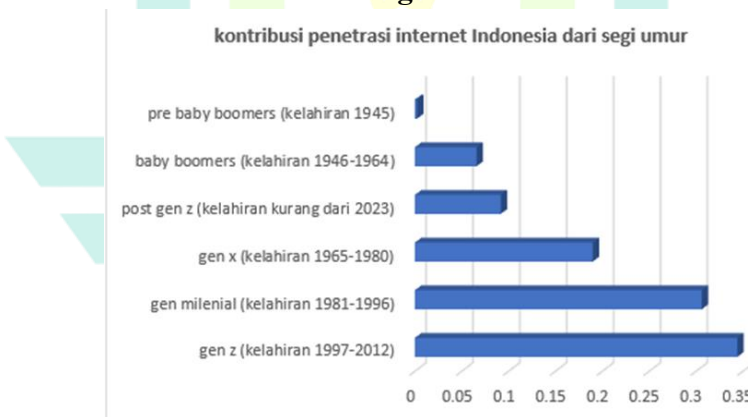


Sumber: market.us (2024)

Tren global menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan aplikasi keuangan digital. Laporan dari Gambar 1 mengungkap bahwa layanan pembayaran *mobile* telah menjadi pilihan utama dalam transaksi keuangan di banyak negara. Inovasi ini memudahkan akses terhadap layanan keuangan, mempercepat transaksi, serta

meningkatkan inklusi keuangan di berbagai wilayah. Kemajuan digitalisasi layanan perbankan di Indonesia turut menunjukkan peningkatan yang signifikan. Fakta ini terbukti melalui studi penetrasi internet di Indonesia tahun 2024 yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024) bahwa Generasi Z merupakan kelompok usia yang memberikan kontribusi paling besar dalam pemanfaatan internet. Hal yang sama juga disampaikan oleh Direktur Keuangan Bank Syariah Indonesia (BSI), Ade Cahyo Nugroho yang mengungkapkan bahwa Generasi Z berperan dalam mendorong laju digitalisasi perbankan yang menguntungkan bagi bank (Izzuddin, 2024).

**Gambar 1.2**  
**Grafik Kontribusi Penetrasi Internet Indonesia**  
**dari Segi Umur**



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Jika dilihat pada konteks perbankan, transformasi digital menjadi sebuah keharusan bagi lembaga keuangan untuk tetap kompetitif dan

memenuhi ekspektasi nasabah yang semakin mengutamakan kenyamanan serta efisiensi dalam bertransaksi (Sukesi et al., 2024). Bank-bank di Indonesia, berlomba-lomba untuk menghadirkan layanan digital yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna. Contohnya antara lain Bank Central Asia dengan aplikasinya *BCA Mobile*, Bank Mandiri dengan *Livin' by Mandiri*, Bank Rakyat Indonesia melalui *BRI Mobile*, Bank Negara Indonesia dengan *BNI Mobile Banking*, serta Bank Syariah Indonesia yang menghadirkan *BSI Mobile* dan juga *BYOND by BSI*, serta masih banyak lagi (Lintang, 2024).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan sebuah institusi keuangan syariah di sektor perbankan terbesar di Tanah Air turut serta pada perkembangan digitalisasi perbankan dengan menghadirkan aplikasi *BSI Mobile* dan *BYOND by BSI*. Pertumbuhan BSI sendiri terus meningkat sejak Juni 2024, tercatat sebanyak 7,1 juta orang telah menggunakan layanan *BSI Mobile* dari yang sebelumnya hanya 3,26 juta pada tahun 2023 (Bank Syariah Indonesia, 2024). Aplikasi *BYOND by BSI* resmi dirilis tanggal 9 November 2024 merupakan pengembangan dari *BSI Mobile* dengan berbagai fitur tambahan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan mendukung perbankan berbasis syariah yang lebih modern (Bank Syariah Indonesia, 2024). Implementasi aplikasi *BYOND by BSI* tidak terlepas dari berbagai kendala teknis, dimana sejak 9 Februari 2025, Aplikasi *BYOND by BSI* dikabarkan pernah mengalami gangguan teknis pada sistemnya sehingga layanan di dalam aplikasi tersebut tidak dapat dioperasikan secara optimal selama beberapa hari (Shabrina, 2025).

Gangguan ini menimbulkan berbagai reaksi dari pengguna, termasuk mahasiswa yang menggunakan aplikasi tersebut untuk berbagai transaksi keuangan (Saifullah, 2025). Permasalahan ini dapat mempengaruhi persepsi pengguna terhadap keandalan aplikasi dan berpotensi menurunkan loyalitas pengguna. Oleh karena itu, perlu dianalisis sejauh mana faktor-faktor tertentu berpengaruh akan loyalitas pengguna BYOND by BSI, terutama di pihak mahasiswa fakultas ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan.

Sementara itu, Bank Jateng Syariah sebagai bank syariah daerah yang juga memiliki komitmen terhadap digitalisasi, melalui aplikasi “Bima Mobile” telah menyediakan layanan *mobile Banking* dengan fitur standar seperti transfer, pembayaran tagihan, tarik-tunai tanpa kartu, QRIS, auto-transaksi, dan keamanan biometrik (*login fingerprint/face recognition*) (Bank Jateng, n.d.). Meskipun fungsional, Bima Mobile lebih berfokus pada transaksi dasar dan belum menawarkan layanan ekosistem syariah lengkap. Sebaliknya, BYOND by BSI hadir sebagai super-app dengan integrasi tiga dimensi: finansial, sosial, dan spiritual. Pengguna dapat melakukan pembukaan rekening, investasi emas dan SBSN, cicilan emas, serta donasi zakat, infak, sedekah, wakaf (ZISWAF) dalam satu aplikasi (merdeka.com, 2024). Selain itu, tersedia fitur pengingat waktu shalat, arah kiblat, bacaan Qur’an, hingga konten edukasi finansial seperti *challenge* keuangan dan tracking pengeluaran (Bank Syariah Indonesia, 2024). Ekosistem ini, lengkap dengan fitur spiritual dan sosial, serta UI/UX modern yang banyak dipuji pengguna muda, hal

tersebut membuat para generasi muda cenderung lebih memilih BYOND by BSI meskipun Bima *Mobile* sudah memadai dari sisi dasar.

Loyalitas pengguna termasuk faktor penting yang menentukan keberlangsungan penggunaan suatu aplikasi perbankan. Loyalitas pengguna dapat tercermin dari kecenderungan mereka untuk terus menggunakan aplikasi yang sama meskipun menghadapi kendala atau gangguan teknis (Anggraini et al., 2025). Melalui kepraktisan yang ditawarkan, pemanfaatan layanan mobile banking berpotensi mendorong peningkatan tingkat kepuasan pengguna dan keterikatan pengguna akan jasa dunia bank, yang pada gilirannya berkontribusi dalam membangun loyalitas nasabah (Rojuaniah et al., 2024). Namun, permasalahan yang dialami BSI dapat menyebabkan banyak pengguna merasa tidak puas dan beralih ke layanan perbankan lain ketika mengalami ketidaknyamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini juga diungkapkan dalam penelitian Azhara & Rozza (2024) yang menyatakan bahwa berbagai risiko menyebabkan ketidaknyamanan nasabah BSI *Mobile* di Jabodetabek, khususnya pada pengguna berusia 17 tahun, dapat berpengaruh terhadap loyalitas mereka dalam menggunakan layanan *m-Banking*.

Aspek yang berkaitan dengan kesetiaan atau loyalitas pengguna ialah manfaat yang diperoleh dari aplikasi perbankan digital (Curatman et al., 2020). Manfaat ini mencakup efisiensi transaksi serta keuntungan tambahan seperti *cashback* atau program loyalitas (Muis & Putri, 2025). Semakin besar keuntungan dan manfaat yang diterima dan dirasa oleh

pemakai, maka kian besar juga peluang mereka untuk terus memakai aplikasi tersebut dalam jangka waktu yang lama (Curatman et al., 2020). Maka dari itu, disimpulkan bahwasannya pengguna yang merasakan perangkat BYOND by BSI menawarkan ilai tambah yang lebih unggul apabila disandingkan perangkat perbankan yang lain, mereka biasanya menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih kuat. Konteks ini sesuai pada studi yang dilaksanakan Pasaribu, Hasibuan, and Cahyani (2024), ia mengungkapkan bahwasannya manfaat yang diterima pengguna berpengaruh penting akan loyalitas nasabah pada pemanfaatan layanan *Mobile Banking* BSI.

Selanjutnya, keamanan dalam transaksi perbankan digital menjadi perhatian utama bagi nasabah, terutama dalam konteks perbankan syariah yang menjunjung tinggi prinsip kepercayaan dan transparansi (Ichsandi & Silalahi, 2024). Oleh karena itu, aplikasi BYOND by BSI harus memastikan bahwa sistem keamanannya dapat diandalkan agar pengguna merasa nyaman dan tetap setia dalam memanfaatkan layanan tersebut. Penelitian Jannah et al (2025) mengungkapkan bahwasannya faktor keamanan memang betul memiliki pengaruh pada loyalitas khususnya nasabah di Bank Syariah Lampung. Akan tetapi hal tersebut tidak sama pada penelitian Dwiyanti et al, (2023) yang justru mengungkapkan bahwasannya faktor keamanan tidak memiliki pengaruh pada loyalitas Bank Sumsel Babel Syariah.

Selanjutnya, kemudahan penggunaan dipilih dalam variabel penelitian ini. Ketika pengguna merasa nyaman dan tidak mengalami hambatan saat mengakses fitur-fitur yang tersedia, maka kepercayaan

dan loyalitas mereka terhadap aplikasi akan tumbuh secara alami dan berkelanjutan (Lilhaq & Salehudin, 2024). Namun, gangguan sistem yang terjadi pada BYOND by BSI dapat mengubah loyalitas pengguna terhadap kemudahan aplikasi ini. Hal tersebut disampaikan dalam penelitian milik Nurazizah & Teviana (2025) yang mengungkapkan bahwasannya kemudahan mampu mempengaruhi loyalitas nasabah *M-Banking* BSI Labuhanbatu Utara. Hal serupa turut diungkapkan pada penelitian Jannah et al (2025) dimana ia mengungkapkan terkait kemudahan yang ditawarkan oleh Bank DKI Kantor Cabang Syariah Lampung berpengaruh terhadap loyalitas nasabahnya. Tetapi berbeda dengan penelitian Sandy & Bharata (2024) yang mengungkapkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BNI dikalangan Mahasiswa Universitas Mulawarman.

Fitur yang lengkap, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah dapat meningkatkan kenyamanan serta kepuasan pemakai dalam menggunakan suatu aplikasi (Ahsanul Imam et al., 2025). Jika fitur-fitur yang disediakan oleh BYOND by BSI dianggap jauh unggul disandingkan perangkat perbankan yang lain, maka loyalitas pengguna terhadap aplikasi ini akan semakin meningkat. Penelitian oleh Hidayati (2024) menunjukkan bahwa kelengkapan fitur layanan dalam aplikasi BSI *Mobile* berpengaruh terhadap loyalitas pengguna. Hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian Khotijah & Yunita (2024) mengungkapkan bahwasannya fitur layanan memiliki pengaruh akan kesetiaan atau loyalitas konsumen di BSI KC Madiun. Namun, berbeda dengan kajian Fara et al (2024) yang menunjukkan hasil berbeda, di mana fitur layanan yang

disediakan pada aplikasi *mbanking* syariah tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada loyalitas nasabah, terutama jika fitur-fitur tersebut jarang digunakan atau kurang optimal dalam pengoperasiannya.

Terakhir, citra perusahaan juga menjadi variabel dalam penelitian ini, dimana citra perusahaan bukan sekedar berkaitan pada mutu layanan, tapi pula dengan kepercayaan pelanggan akan komitmen badan usaha yang baik (Fitri et al., 2024). Gangguan sistem yang terjadi pada aplikasi BYOND by BSI dapat berdampak pada citra perusahaan di mata pengguna. Penelitian Pasya & Widyaningsih (2024) mengungkapkan bahwa citra perusahaan memiliki dampak pada kesetiaan atau loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Tetapi beda dengan penelitian Zakiah (2022) mengungkapkan bahwasannya citra perusahaan ternyata tidak memberikan pengaruh pada loyalitas nasabah BSI KCP Depok Sawangan Raya.

Berbagai penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa loyalitas pengguna mobile banking dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan. Namun demikian, terdapat perbedaan temuan mengenai pengaruh masing-masing faktor terhadap loyalitas nasabah, terutama dalam konteks perbankan syariah. Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara faktor-faktor tersebut dengan loyalitas pengguna, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang bervariasi yang dipengaruhi oleh lokasi penelitian serta karakteristik responden. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian pada studi-studi sebelumnya

dengan meninjau loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI dari berbagai faktor tersebut.

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di perguruan tinggi di Pekalongan karena mahasiswa merupakan kelompok generasi muda yang akrab dengan perkembangan teknologi digital dan memiliki tingkat penggunaan layanan mobile banking yang cukup tinggi dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Selain itu, mahasiswa Fakultas Ekonomi memiliki pengetahuan dasar mengenai layanan keuangan dan perbankan sehingga dianggap mampu memberikan penilaian yang lebih relevan terhadap penggunaan aplikasi mobile banking, khususnya aplikasi BYOND by BSI. Meskipun terdapat banyak penelitian mengenai loyalitas pengguna mobile banking, penelitian yang secara spesifik membahas loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Kabupaten Pekalongan masih terbatas. Hal ini membuka peluang bagi penelitian ini untuk memberikan kontribusi baru dalam memahami bagaimana faktor manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan mempengaruhi loyalitas pengguna dalam konteks perbankan syariah digital yang tengah berkembang. Maka dari itu penelitian ini akan mengangkat judul **“Pengaruh Manfaat, Keamanan, Kemudahan, Fitur Layanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi BYOND by BSI (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan)”**

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah manfaat berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan dalam perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini?
2. Apakah keamanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan dalam perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini?
3. Apakah kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan dalam perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini?
4. Apakah fitur layanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan dalam perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini?
5. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan dalam perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini?
6. Apakah manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan dalam

perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh manfaat secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan serta mengkaji kesesuaiannya dengan teori yang digunakan dalam penelitian.
2. Untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh keamanan secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan serta mengkaji kesesuaiannya dengan teori yang digunakan dalam penelitian.
3. Untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh kemudahan secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan serta mengkaji kesesuaiannya dengan teori yang digunakan dalam penelitian.
4. Untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh fitur layanan secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan serta mengkaji kesesuaiannya dengan teori yang digunakan dalam penelitian.
5. Untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan serta mengkaji kesesuaiannya dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

6. Untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi perguruan tinggi di Pekalongan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Studi ini bisa menyalurkan pemberian akan peningkatan literatur di sektor perbankan syariah digital, khususnya terkait aspek-aspek yang mampu menyalurkan dampak kesetiaan atau loyalitas pemakai terhadap aplikasi Mobile Banking berbasis syariah. Mengingat posisi perbankan syariah digital sebagai bagian penting dalam sistem ekonomi dan keuangan syariah secara menyeluruh, penelitian ini juga berupaya memperkaya pemahaman mengenai bagaimana layanan keuangan berbasis prinsip syariah dapat terus berkembang secara adaptif di era digital. Melalui peninjauan manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi akademisi dalam memahami dinamika perilaku pengguna layanan perbankan syariah digital, serta memperkaya diskusi akademik mengenai loyalitas pengguna dalam ekosistem keuangan digital berbasis syariah.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Hasil kajian ini mampu menjadi materi penilaian untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi BYOND by BSI. Melalui

pemahaman aspek-aspek yang berpengaruh terhadap loyalitas pengguna, BSI dapat menyusun taktik yang lebih efisien guna menjaga sekaligus meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan, terutama dari kalangan nasabah. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi terkait perbaikan sistem keamanan, peningkatan fitur layanan, serta optimalisasi manfaat yang diberikan kepada pengguna.

b. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Pekalongan

Penelitian ini mampu meningkatkan wawasan mereka terkait aspek-aspek yang mempengaruhi loyalitas terhadap layanan perbankan digital berbasis syariah. Maka demikian, mahasiswa dapat lebih kritis dalam menilai manfaat serta risiko dalam menggunakan aplikasi perbankan digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu mereka dalam mempertimbangkan pilihan produk keuangan yang paling cocok dengan keperluan mereka.

c. Bagi Industri Perbankan Syariah Secara Umum

Penelitian ini bisa dijadikan referensi pada optimalisasi jasa berbasis digital yang semakin adaptif, berdaya saing tinggi, serta selaras dengan preferensi dan tuntutan nasabah, khususnya generasi Z. Melalui pemahaman preferensi pengguna terhadap aplikasi perbankan digital, bank-bank syariah dapat lebih adaptif dalam menghadirkan

inovasi yang mendukung pertumbuhan inklusi keuangan berbasis syariah. Temuan studi ini turut menyalurkan pandangan bagi regulator serta pihak terkait lainnya dalam menyusun kebijakan yang lebih mendukung pengembangan ekosistem perbankan digital di Indonesia.

## **E. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian. Bab ini disusun untuk memberikan konteks awal mengenai pentingnya loyalitas pengguna aplikasi mobile banking, khususnya BYOND by BSI, serta alasan pemilihan variabel-variabel yang diteliti.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menempatkan teori-teori utama seperti *Technology Acceptance Model (TAM)* dan konsep-konsep mengenai manfaat, keamanan, kemudahan, fitur layanan, dan citra perusahaan. Teori-teori ini ditempatkan di awal agar pembaca memahami terlebih dahulu dasar-dasar konseptual yang akan diuji dalam riset kuantitatif ini. Selain itu, disertakan juga kajian pustaka serta kerangka berpikir yang menjelaskan keterkaitan antar variabel dalam bentuk model teoritis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

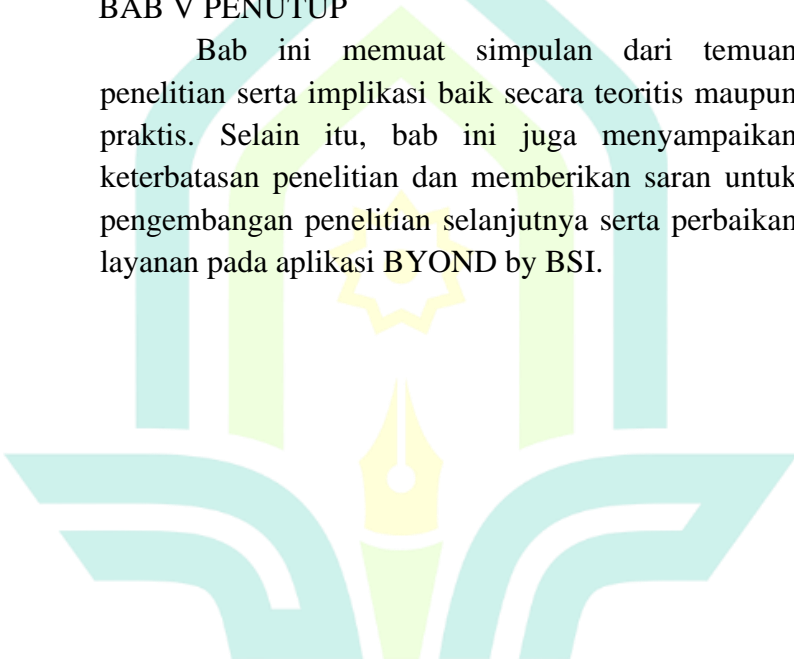
Bab ini menjelaskan Metode Penelitian yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris. Bagian ini menjabarkan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis.

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan, yang menyajikan data empiris dari responden mahasiswa Fakultas Ekonomi di Perguruan Tinggi di Pekalongan. Hasil pengujian statistik dipaparkan secara sistematis, kemudian dibahas dengan mengaitkan hasil tersebut pada teori dan temuan sebelumnya guna mengevaluasi apakah hipotesis yang diajukan terbukti atau tidak.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini memuat simpulan dari temuan penelitian serta implikasi baik secara teoritis maupun praktis. Selain itu, bab ini juga menyampaikan keterbatasan penelitian dan memberikan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya serta perbaikan layanan pada aplikasi BYOND by BSI.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Manfaat, Keamanan, Kemudahan, Fitur Layanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pengguna BYOND by BSI (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UNIKAL, UMPP, dan UIN Gusdur)”, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Manfaat (X1) terhadap Loyalitas (Y) memiliki pengaruh yang positif signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna, maka akan semakin meningkat loyalitas mahasiswa dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI.
2. Secara parsial variabel Keamanan (X2) terhadap Loyalitas (Y) memiliki pengaruh yang positif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keamanan yang baik mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas mahasiswa sebagai pengguna aplikasi BYOND by BSI.
3. Secara parsial variabel Kemudahan (X3) terhadap Loyalitas (Y) memiliki pengaruh yang positif signifikan. Oleh karena itu, semakin mudah aplikasi BYOND by BSI digunakan, maka loyalitas pengguna di kalangan mahasiswa akan semakin meningkat.
4. Secara parsial variabel Fitur Layanan (X4) terhadap Loyalitas (Y) memiliki pengaruh yang positif signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa

kelengkapan dan kualitas fitur layanan menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi BYOND by BSI.

5. Secara parsial variabel Citra Perusahaan (X5) terhadap Loyalitas (Y) memiliki pengaruh yang positif signifikan. Dengan demikian, citra perusahaan yang positif mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mahasiswa terhadap aplikasi BYOND by BSI.
6. Secara simultan variabel Manfaat (X1), Keamanan (X2), Kemudahan (X3), Fitur Layanan (X4), dan Citra Perusahaan (X5) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y), yang berarti bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama memengaruhi loyalitas mahasiswa pengguna BYOND by BSI.
7. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, disimpulkan bahwa variabel Manfaat, Keamanan, Kemudahan, Fitur Layanan, dan Citra Perusahaan mampu menjelaskan variasi Loyalitas pengguna sebesar 66,3%.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tentunya memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. Variabel independen dalam penelitian ini hanya terdiri dari Manfaat, Keamanan, Kemudahan, Fitur Layanan, dan Citra Perusahaan untuk melihat pengaruhnya terhadap Loyalitas pengguna. Sementara itu, masih terdapat berbagai variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna namun tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas layanan *customer service*, tingkat

kepercayaan, kepuasan pengguna, promosi, pengalaman pengguna (*user experience*), serta faktor sosial dan psikologis lainnya.

2. Objek penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa FEB UNIKAL, UMPP, dan UIN Gusdur sebagai responden penelitian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan secara luas pada kelompok pengguna BYOND by BSI di luar kalangan mahasiswa maupun pada segmen masyarakat lainnya.

### **C. Implikasi Penelitian**

#### **1. Implikasi Teoritis**

Temuan penelitian ini memperkuat kajian dalam Ekonomi Syariah bahwa loyalitas pengguna layanan perbankan syariah digital dipengaruhi oleh aspek kemaslahatan (manfaat), keamanan sebagai bentuk amanah, kemudahan (taisir), kualitas fitur layanan, serta citra lembaga. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku loyalitas dalam konteks perbankan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional dan teknologi, tetapi juga oleh persepsi nilai dan kepercayaan terhadap institusi yang berlandaskan prinsip syariah.

#### **2. Implikasi Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan layanan digital perbankan syariah perlu dipahami sebagai strategi keberlanjutan loyalitas pengguna. Loyalitas mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital terbentuk melalui pengalaman penggunaan yang

bermanfaat, aman, mudah, didukung fitur yang relevan, serta citra perusahaan yang terpercaya. Maka demikian, penelitian ini mengindikasikan bahwa pengembangan perbankan syariah berbasis digital harus menempatkan kualitas layanan dan penguatan kepercayaan sebagai fondasi utama dalam mempertahankan loyalitas pengguna.

#### **D. Saran**

##### **1. Saran bagi Pihak BYOND by BSI**

Pihak BYOND by BSI disarankan untuk terus meningkatkan manfaat aplikasi melalui pengembangan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, memperkuat sistem keamanan transaksi dan perlindungan data, meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi, serta mengembangkan fitur layanan yang inovatif. Selain itu, upaya menjaga dan meningkatkan citra perusahaan melalui pelayanan yang profesional dan komunikasi yang baik dengan pengguna perlu terus dilakukan guna meningkatkan loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

##### **2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna, seperti kepuasan, kepercayaan, kualitas layanan, promosi, dan pengalaman pengguna. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan melibatkan responden di luar kalangan mahasiswa serta menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam,

agar hasil penelitian menjadi lebih mendalam dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, H., M.Iqbal, & Asrol, S. (2025). Pengaruh Service Quality, Trust, dan Costumer Satisfactions Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, 1(4). <https://doi.org/10.71417/j-sime.v1i4.353>
- Ahsanul Imam, M., Efendi, E., Rachman, B., Ersaputri, A., & Khisbullah Suhma, W. (2025). Impact Migrasi Aplikasi BSI Mobile Ke BYond By BSI: Untuk Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jember Karimata. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan*, 01(03), 424–428.
- 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). *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 70–89. <https://doi.org/10.59005/alkasb.v1i1.163>
- Ananda, A. S., & Fasa, M. I. (2024). Kemudahan Dan Efisiensi M-Banking Sebagai Solusi Praktis Di Era Digital Convenience And Efficiency Of M-Banking As A Practical. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7725–7729.
- Andrian, P., Tecoalu, M., & Latief, R. (2024). *Manajemen Fundamental Periklanan Media Digital*. Kencana.
- Andriani, M., Ilaahi, S., Rofianto, W., & Wardani, D. (2024). Penerapan Dukungan Teknologi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Banking Super-APP Platform. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 79–98. <https://doi.org/10.35384/jkp.v21i1.608>
- Anggraeni, D., Triany, N. A., Apriyanto, A., & Sutresna, A. (2025). *Komunikasi Korporat: Seni dan Strategi*

*Membangun Citra Perusahaan* (Efitra (ed.)). Sonpedia Publishing Indonesia.

Anggraini, R. P., Hamzah, M. N., & Verawaty. (2025). The Quality of Mobile Banking Services Has a Positive and Insignificant Effect on Loyalty at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1330–1344.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. *Apjii.or.Id*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Asyiva, N., & ZD, M. (2024). Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Alue Bilie 2. *Journal of Management Science and Business Review*, 2(4), 155–175.

Azhara, R., & Rozza, S. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko , Persepsi Keamanan , dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.

Azizah, A. A., Adha, M. A., & Wahyudi, R. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2198–2213.

Azizah, M. N. (2023). Pengaruh Citra Bank, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Bsi Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bsi Kc Palembang A Rivai). In *Politeknik Negeri Sriwijaya*. Politeknik Negeri Sriwijaya.

Bank Jateng. (n.d.). *Bima Mobile*. Bankjateng.Co.Id. <https://www.bankjateng.co.id/personal/produk->

- layanan/layanan/bima-mobile
- Bank Syariah Indonesia. (2024a). *BYOND By BSI*. Bankbsi.Co.Id.  
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking/parent/produk/byond-by-bsi>
- Bank Syariah Indonesia. (2024b). BYOND by BSI Capai Target Satu Juta Pengguna, Game Changer Bagi BSI. *Bankbsi.Co.Id.* <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/byond-by-bsi-capai-target-satu-juta-pengguna-game-changer-bagi-bsi>
- Bank Syariah Indonesia. (2024c). Transaksi Digital Banking Naik 45%, BSI Apresiasi Nasabah Lewat Hujan Rezeki BSI Mobile. *Bankbsi.Co.Id.*  
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/transaksi-digital-banking-naik-45-bsi-apresiasi-nasabah-lewat-hujan-rezeki-bsi-mobile>
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan* (1st ed.). deepublish.
- Damayanti, D. N. A., Ananta, M. E. V, Sari, S. A., Muttaqin, I., & Banu, M. E. (2024). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Perbankan Syariah: The Effect Of Efficiency, Security And Convenience On Customers'interest In Transacting Using Syariah Banking Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 8(2).
- Darni, S., Nasruddin, & Yuliana. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, TBK. *Jurnal Ekonomi Bumi Persada*, 2(1).  
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.113>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.

*Management Information Systems Research Center, University of Minnesota, 13(3), 319.*

- Destianah, D., Hilda, H., & Fakhrina, F. (2024). Pengaruh Fitur Layanan dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia KC Lahat. *Santri: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, 2(6).*
- Dwiyanti, J., Umari, Z. F., & Aryanti. (2023). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Determinan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank Sumsel Balel Syariah. *Journal of IEB (Islamic Economics and Business), 2(2), 11–29.* <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/ieb.v2i2.19758>
- Esa, A. Z. (2025). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi Kepercayaan Merek dan Keterlibatan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(1).*
- Fadhillah, A., Nabilla, R., & Nugraha, J. T. (2025). Mengukur Tingkat Penerimaan Mahasiswa Pada Inovasi Digital: Studi Kasus Aplikasi iMagelang. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs, 8(1), 101–117.* <https://doi.org/10.61332/ijpa.v8i1.261>
- Fara, N. J., Diana, N., Fauzi, A., & Sari, K. (2024). Pengaruh E-Trust, E-Service Dan Brand Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Ternate). *Warta Ekonomi, 7(1), 158–167.*
- Fatimah, S. (2024). Pengaruh Service Quality, E-Trust Dan Transformasi Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6(1), 378–381.* <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3952>

- Firmansyah, F., Dethan, S. H., Jati, L. J., & Talidobel, S. (2025). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank NTB Syariah. *ECONOMIST: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 24–32.
- Fitri, M. A., Putri, R., Harahap, B. S., Fahziah, I., & Nurbaiti. (2024). Peran Layanan Pelanggan Melalui Consumer Relationship Management Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Motivasi Dan Pendidikan Bahasa*, 2(2).
- Fuad, Baskara, R. R., & Urbaningrum, A. (2025). Desain Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dan Data Pribadi Untuk Kegiatan Jurnal Rectum Corresponding Author : *Jurnal Rectum*, 7(1). <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v7i1.5360>
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hernita, D. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BSI KCP Kuala Meulaboh. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2212–2226. <https://doi.org/10.62710/1c4jw126>
- Hidayati, L. (2024). *Pengaruh Fitur Layanan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Bsi Mobile Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda)*. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Huwaida, H., Imelda, S., Rofi'i, & Muhammad, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan M Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA*, 24(1).
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis* (M. Pradana (ed.)). Eureka Media Antara.

- Ichsandi, M. W., & Silalahi, W. (2024). Urgensi Perlindungan Data Pribadi Dalam Sektor Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 5(12).
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (H. Warnaningtyas (ed.)). Lakeisha.
- Izzuddin, H. (2024). BSI Ungkap Sebab Kebiasaan Gen Z Bisa Membuat Perbankan Hemat Biaya Operasional. *Tempo.Co*. <https://www.tempo.co/ekonomi/bsi-ungkap-sebab-kebiasaan-gen-z-bisa-membuat-perbankan-hemat-biaya-operasional-1144308>
- Jannah, M., Hilal, S., & Supriyaningsih, O. (2025). Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Bandar Lampung). *Jurnal Inovasi Makro Ekonomi*, 7(1), 41–55.
- Johan, A., & Muafi. (2024). *Manajemen Strategik: Dari Visualiasi Menjadi Aksi* (I. Salsabil (ed.)). Mega Pres Nusantara.
- Juliharta, I. G. P. K., Adrian, A., & Erawan, A. P. D. (2024). *Keamanan Siber : Esensi Keamanan Sistem Informasi*. Eureka Media Antara.
- Kamaruddin, M. J., & Darnis, R. (2025). The Influence of Customer Relationship Management and Service Quality on Purchasing Decisions with Brand Image as a Moderator. *Formosa Journal of Business and Economic Statistics (FJBES)*, 1(2), 61–80.
- Khotijah, D., & Yunita, R. (2024). Pengaruh Fitur Bsi Mobile Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bsi Kc Madiun Agus Salim. *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1), 57–83.
- Kinanthi, G. E., & Sisilia, K. (2024). Pengaruh Customer Expectations Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada User Aplikasi Dinotis. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*

- Universitas Sam Ratulangi*), 11(1), 853–870.  
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.55094>
- Lianto, G. E., & Budiwaspada, A. E. (2024). The Visual Identity of the Ministry of State-Owned Enterprises as an Effort to Build Image. *Serat Rupa Journal of Design*, 8(2), 149–168. <https://doi.org/10.28932/srjd.v8i2.6629>
- Lilhaq, A. G., & Salehudin, I. (2024). Peran Kemudahan, Keamanan, Inovasi, dan Kecepatan Layanan terhadap Pengalaman dan Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Fintech Investasi. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia*, 47(1), 58–76.
- Lintang, I. (2024). *DATA: 10 Mobile Banking Terbaik dan Paling Diminati di Indonesia*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/aplikasi-mobile-banking-terpopuler>
- Mamuaya, N. C., Wahyudi, Syah, N., Arifin, Z., Kurniawan, J., Pratama, A. H. S., Sari, I. G. P., Sukoco, H., Hermawati, L., & Asmalinda. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. I. Al Kutsi (ed.)). Azzia Karya Bersama.
- Manuel, N. R., & Julindrastuti, D. (2024). *Pengaruh Fitur Layanan Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*.
- market.us. (2024). *Digital Finance Market*. Market.Us. <https://market.us/report/digital-finance-market/#overview>
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan ShopeePay pada Masyarakat Bengkulu. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 640–654. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1442>
- merdeka.com. (2024). *3 Keunggulan BYOND by BSI Jadikan Lebih dari Sekadar Aplikasi Perbankan Biasa*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/gaya/3->

keunggulan-byond-by-bsi-jadikan-lebih-dari-sekadar-aplikasi-perbankan-biasa-257855-mvk.html?page=4

- Muis, I., & Putri, W. S. R. (2025). Implementasi Digital Marketing Untuk Produk BRI Mobile Banking (Brimo) Pada Bank BRI KCP Kemang Pratama. *Jurnal Administrasi Kantor*, 13(1), 16. <https://doi.org/10.51211/jak.v13i1.3387>
- Mumtaz, A. H., & Jaharuddin, J. (2025). Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Perspektif Kualitas, Kepercayaan, dan Religiusitas. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 1199. <https://doi.org/10.35931/aq.v19i2.4886>
- Nurazizah, & Teviana, T. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Bsi Kcp Aek Kanopan Labuhanbatu Utara. *BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance*, 3(1), 31–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.37985/benefit.v3i1.1079> Pengaruh
- Pasaribu, M., Hasibuan, A. N., & Cahyani, U. E. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening dalam Menggunakan BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 340. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12371>
- Pasya, A. J., & Widyaningsih, M. (2024). Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia: Peran Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Islami, dan Citra Perusahaan. *Jurnal Iqtisaduna*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v10i2.51358>
- Rahmawati, A., & Hardiyanti, W. (2024). Pengaruh Kualitas

- Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(6), 2817–2829. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i6.612>
- Reza, W. (2024). *Buku Ajar Analisis Regresi “Pendekatan Praktis dan Sistematis.”* Eureka Media Antara.
- Rizki Prananindya, A., & T.A.H, N. (2024). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi, Kompetensi Sdm, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *J-Aksi: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 5(2), 296–313. <https://doi.org/10.31949/jaksi.v5i2.9754>
- Rojuaniah, R., Anugraheni, S., Syah, T. Y. R., Havidz, I. L. H., & Sari, B. M. (2024). Analisis Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 321. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1385>
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 132–138. <https://doi.org/10.61787/zk322946>
- Rustika, I., & Waluyo, B. (2024). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan Dan Eservice Quality Bisa (Barokah, Insan, Siddiq, Dan Amanah) Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*.
- Saifullah. (2025). Nasabah Keluhkan Aplikasi Byond BSI Error. *Aceh Journal National Network*.
- Salsabila, N. S., Ridwansyah, & Bahtiar, M. Y. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Berulang

- Byond by Bsi (Studi pada Nasabah di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 8(1), 109–125.
- Sandy, K. H., & Bharata, W. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas dan Kegunaan terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *YUME : Journal of Management*, 7(1), 548–560.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)* (Issue 1). Saba Jaya Publisher.
- Setyani, I., Farida, U., & Rapini, T. (2024). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI Di Ponorogo. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 3581–3600.
- Shabrina, D. (2025). M-Banking Byond BSI Error Berhari-hari, Nasabah Diimbau Lakukan Transaksi di Kantor Cabang. *Tempo.Co*. <https://www.tempo.co/ekonomi/m-banking-byond-bsi-error-berhari-hari-nasabah-diimbau-lakukan-transaksi-di-kantor-cabang-1205496>
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). *Loyalitas Pelanggan* (E. Damayanti (ed.); 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung Dilarang.
- Sudirman, M. S., Imran, M., & Prayoga, D. (2024). Pengaruh Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 20(1), 71–79.

- Sukeesi, E., Astuti, R. P., Wijayanti, L., & Wicaksono, R. B. (2024). Peran Dan Tantangan Jasa Perbankan Di Era Digital. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(12), 124–125.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i12.1162>
- Sulung, U., & Muspaw, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(3), 121–125.  
[https://doi.org/10.1163/9789004263925\\_015](https://doi.org/10.1163/9789004263925_015)
- Sutrisna, E., Wahyu, D., & Lazuardi, B. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia Emas Grup.
- Suwandi, I. M. D. (2007). Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran. In *Www.Eiman.Uni.Cc*. Salemba Empat.  
<https://oeconomicus.files.wordpress.com/2007/07/citra-perusahaan.pdf>
- Syahira, T., Indra, A. P., & Angraini, T. (2024). Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan Mbanking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Sei Mencirim). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 1216–1220.
- Tamamudin, & Prastyani, D. (2024). Meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan pada Bank Jateng Syariah Cabang Pekalongan. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 4(1), 52–59.  
<https://doi.org/10.28918/velocity.v4i1.7555>
- Wada, F. H., Pertiwi, A., Hasiolan, M. I. S., Lestari, S., I Gede Iwan Sudipa, Patalatu, J. S., Boari, Y., Ferdinan, F., Puspitaningrum, J., Ifadah, E., & Rahman, A. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (Seprianto & Efitra (eds.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publisher Indonesia.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in the Digital Era*.

Eureka Media Antara.

- Wicaksono, S. R. (2021). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (1st ed.). CV. Seribu Bintang.  
[https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0067-6\\_4](https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0067-6_4)
- Yoda, T. C. (2024). *Metodologi Penelitian Bisnis* (F. Rezeki (ed.)). PT. Kimshafi Alung Cipta.
- Zakiah, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Melalui Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bsi Kcp Depok Sawangan Raya)*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode dan Praktik). In E. Damayanti (Ed.), *Jurnal Ilmu Pendidikan* (1st ed., Vol. 7, Issue 2). Widina Media Utama.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

### A. IDENTITAS

1. Nama : Tiara Dyah Sekar Mawaranty
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 11 Juni 2004
3. Alamat rumah : Desa Pakisputih RT 4/RW 1, Kecamatan Kedungwuni
4. Nomor handphone : 085869179756
5. Email : tiaradyahsekarm@gmail.com
6. Nama ayah : Ponco Widodo (alm)
7. Pekerjaan ayah : -
8. Nama ibu : Deasy Primanty
9. Pekerjaan ibu : Pedagang

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri 02 Pakisputih
2. SMP : SMP Negeri 02 Kedungwuni
3. SMA : SMA Negeri 01 Kajen

### C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Study Club Research, anggota divisi riset (2023 – 2025)

Pekalongan, 30 Maret 2026



Tiara Dyah Sekar Mawaranty