

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, & Tantri. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 45-56.
- Abubakar, & Handayani. (2022). Penguatan Regulasi: Upaya Percepatan Transformasi Digital Perbankan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Masalah-Masalah Hukum*, 259-270.
- Agustina et al. (2024). Kepercayaan Kepuasan Loyalitas Konsumen dalam Membeli Barang di Aplikasi Online Shop. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 261-272.
- Andriany et al. (2024). Examining the Impact of Ease of Use, Data Security, and Usefulness on QRIS Application Usage Intensity Among Students. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, dan Akuntansi*, 118-129.
- Angraini et al. (2024). Pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang. *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 1-12.
- Anisah et al. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 136-144.
- Anjelina, & Muzan. (2025). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Al-Maqashid: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1-8.
- Azizah. (2024). *Metode Penelitian dalam Ilmu Sosial: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Bank Syariah Indonesia. (2024, September 4). Diambil kembali dari Harpelnas 2024, BSI Berikan Ultimate Service yang Lebih Responsif dan Personal: [https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/harpelnas-2024-bsi-berikan-ultimate-service-yang-lebih-responsif-dan-personal#:~:text=Hingga%20Juni%202024%2C%20jumlah%20pengguna,%2C72%25%20\(YOY\).](https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/harpelnas-2024-bsi-berikan-ultimate-service-yang-lebih-responsif-dan-personal#:~:text=Hingga%20Juni%202024%2C%20jumlah%20pengguna,%2C72%25%20(YOY).)
- BSI. (2024, November 1). *BSI Andalkan Digitalisasi untuk Perkuat Penetrasi Keuangan Syariah*. Diambil kembali dari BSI: <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-andalkan-digitalisasi-untuk-perkuat-penetrasi-keuangan-syariah#:~:text=Pengembangan%20fitur%20di%20BSI%20Mobile,dari%207%2C57%20juta%20pengguna.>

- BSI. (2024, September 4). *Harpelinas 2024, BSI Berikan Ultimate Service yang Lebih Responsif dan Personal*. Diambil kembali dari Bank Syariah Indonesia: [https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/harpelinas-2024-bsi-berikan-ultimate-service-yang-lebih-responsif-dan-personal#:~:text=Hingga%20Juni%202024%2C%20jumlah%20pengguna,%2C72%25%20\(YOY\).](https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/harpelinas-2024-bsi-berikan-ultimate-service-yang-lebih-responsif-dan-personal#:~:text=Hingga%20Juni%202024%2C%20jumlah%20pengguna,%2C72%25%20(YOY).)
- BSI. (2024, November 4). *SuperApp BYOND by BSI Siap Meluncur, Layanan Makin Lengkap, Lebih User Friendly, Semakin Aman*. Diambil kembali dari Bank Syariah Indonesia: <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-siap-meluncur-layanan-makin-lengkap-lebih-user-friendly-semakin-aman>
- Calistha, & Sudrajat. (2024). Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Senja Kosmetik, Karawang. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 35-39.
- CNBC. (2024, November 4). *Ini Alasan Super Apps Bank BUMN Pakai Kata Bahasa Inggris*. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20241104153926-17-585494/ini-alasan-super-apps-bank-bumn-pakai-kata-bahasa-inggris>
- Danuri. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 116-123.
- Daulay, & Handayani. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Sintesa: Seminar Nasional Tekonologi Edukasi dan Humaniora*, 475-483.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Deny, S. (2024, September 15). *Terus Bertambah, Customer Based BRIS Tembus 20 Juta Orang*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/saham/read/5702447/terus-bertambah-customer-based-bris-tembus-20-juta-orang>
- DeVellis. (2017). *Scale development: Theory and applications* (4th ed.). Sage Publications.
- Effendi, S. D. (2024, November 13). *SuperApp BYOND by BSI, Tonggak Transformasi Digital BSI*. Diambil kembali dari KOMPAS.ID: https://www.kompas.id/baca/adv_post/superapp-byond-by-bsi-tonggak-transformasi-digital-bsi

- Fahmi. (2023). Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik di Jawa Timur). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 544-558.
- Field. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (4th ed.)*. SAGE Publications Ltd.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan et al. (2023). Manfaat M-Banking Terhadap Sistem Informasi Diera Digital. *Jurnal Pusat Studi Pendidikan Rakyat*, 61-69.
- Hapsari et al. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Masyarakat Kota Bogor dalam Penggunaan Layanan Telemedicine (Studi Pada Pengguna Aplikasi Halodoc, Alodokter, Yesdok). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 100-119.
- Hermanto. (2025). *Maqashid Al-Syari'ah: Metode Ijtihad dan Pembaruan Hukum Keluarga Islam*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Hidayah et al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking. *AL-IQTISHOD: Jurnal Ekonomi Syariah*, 139-159.
- Ibrahim. (2024). Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Grong-Grong). *HEI EMA : Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 35-45.
- IDX. (2024, November 01). *Pengguna Mobile Banking Capai 7,57 Juta, BRIS Perkuat Penetrasi Keuangan Syariah Lewat Digitalisasi*. Diambil kembali dari IDX Channel: <https://www.idxchannel.com/banking/pengguna-mobile-banking-capai-757-juta-bris-perkuat-penetrasi-keuangan-syariah-lewat-digitalisasi>
- Ilham, & Sihotang. (2024). Analisis Perilaku Generasi Z dalam Mengadopsi Bank Digital: Pendekatan TAM dan S-O-R. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 438-355.
- Irawan et al. (2023). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal*

Manajemen, Ekonomi, Hukum, Kewirausahaan, Kesehatan, Pendidikan dan Informatika (MANEKIN), 249-256.

Jannah, & Hastari. (2023). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Menggunakan M-Banking BSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *JES: Jurnal Ekonomi Sakti*, 100–109.

Jannah, & Siregar. (2024). Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 241-264.

Jannah, A. M., & Hastari, D. N. (2023). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Menggunakan M-Banking BSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 100-109.

Khotijah, & Yunita. (2024). Pengaruh Fitur BSI Mobile dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KC Madiun Agus Salim. *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 57–83.

Khusna, & Khoiriawati. (2023). Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan dan Efisiensi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Muamalat DIN. *I-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2749–2766.

KOMPAS. (2024, November 6). *BSI Perkuat Transformasi Digital dengan Hadirkan SuperApp BYOND*. Diambil kembali dari KOMPAS: https://www.kompas.id/baca/adv_post/bsi-perkuat-transformasi-digital-dengan-hadirkan-superapp-byond

KOMPAS. (2024, November 13). *SuperApp BYOND by BSI, Tonggak Transformasi Digital BSI*. Diambil kembali dari KOMPAS: https://www.kompas.id/baca/adv_post/superapp-byond-by-bsi-tonggak-transformasi-digital-bsi

KOMPAS. (2025, Februari 10). *Duduk Perkara BYOND BSI yang Eror, "Upgrade" Sistem sampai Normal Kembali*. Diambil kembali dari KOMPAS.com: Pada bulan Februari 2024, aplikasi BYOND by BSI sempat mengalami gangguan sistem yang menyebabkan sebagian pengguna tidak dapat mengakses layanan seperti cek saldo, transfer, hingga top up e-wallet. Gangguan ini sempat menimbulkan keluhan dari nasabah, te

KONTAN. (2024, November 16). *BSI Luncurkan Super App Byond dengan Sistem Keamanan Berlapis*. Diambil kembali dari Kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/bsi-luncurkan-super-app-byond-dengan-sistem-keamanan-berlapis>

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

- Kurnianingsih. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan e-Money di Jawa Tengah. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi*, 1-13.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*(22(140)), 1-55.
- Maf'ula et al. (2024). Efektivitas Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4023-4037.
- Manupassa et al. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Bioskop pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 134-145.
- Masykur et al. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Veteran Makassar. *Asian Journal of Islamic Studies and Da'wah*, 231-243.
- Muhyiddin, & Prasetyo, L. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Menggunakan M-Banking BSI KCP Ponorogo. *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 1-14.
- Muliati. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using dan Behavior Intention to Use terhadap Actual System Use dalam Implementasi Teknologi Enterprise Resource Planning (ERP) System (Studi pada End User ERP System di PT Semen Gresik). *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 31-46.
- Nasruddin, & Esya. (2025). Apakah Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Z: Bukti Empiris Mahasiswa IAIN Palopo. *Dinamis : Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 24-34.
- Niemand et al. (2021). Digitalization in the Financial Industry: A Contingency Approach of Entrepreneurial Orientation and Strategic Vision on Digitalization. *European Management Journal*, 317–326.
- Ningrum, & Junaidi. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu Sosial dan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nugraha. (2022). Dampak Penerapan Sistem Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan Perbankan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 154-159.

- Pasuraman et al. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12–40.
- Puspitadewi. (2019). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 247–258.
- Rahmadian et al. (2021). Perlindungan Nasabah Bank Terhadap Tindakan Phishing Studi Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Journal of Legal Research*, 351-372.
- Ramlah, & Rafidah. (2023). Influence of Perceptions of Benefits, Ease, and Speed of Transactions on Customer Decisions to use Mobile Banking Facilities at Indonesia Sharia Bank (BSI). *Journal of Management and Islamic Finance*, 50-61.
- Ratnasari, & Safitri. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan BSI Mobile di Malang Raya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6798–6817.
- Riswan, & Hasnawati. (2025). Maqashid Syariah dalam Penyelesaian Sengketa Harta Bersama Pasca Perceraian. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 42-51.
- Rizieq. (2024). Transformasi Layanan Perbankan dari Antrian Panjang Menuju Banking in Your Pocket. *BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan*, 76-89.
- Salsa, & Fasa. (2024). Pengaruh Transformasi Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Provinsi Lampung. *JiIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 6930-6937.
- Sani et al. (2024). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas dan Fitur Aplikasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPRS Dinar Ashri Pengguna Mobile Banking. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 283-309.
- Sani et al. (2024). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPRS Dinar Ashri Pengguna Mobile Banking. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 283–309.
- Sekaran, & Bougie. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. Wiley.
- Setiawan et al. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Indonesia. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 271-281.

- Shafa, & Sudrajat. (2024). Analisis Perubahan Perilaku Konsumen ditinjau dari Faktor Pribadi dan Sosial serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Point Coffee. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 192-201.
- Subhaktiyasa et al. (2025). Penerapan Statistik Deskriptif: Perspektif Kuantitatif dan Kualitatif. *Emasains: Jurnal Edukasi Matematika dan Sains*, 96-104.
- Sugiari, & Meilani. (2023). Customer Satisfaction in using Mobile Services Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 518-529.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar et al. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Moderasi Kepercayaan Merek: Pada Generasi MZ. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 2380-2405.
- Taruna. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Informa Jambi Town Square Kota Jambi. *Jurnal Manajemen*, 1-12.
- Tjiptono. (2007). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Wakhida, & Sanaji. (2020). Peran Perceived Usefulness dan Perceived Risk sebagai Variabel Pemediasi pada Pengaruh Perceived Ease of Use dan e-WOM Negatif terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1158-1174.
- Wardaningsih, & Salam. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Kcp Sumbawa Diponegoro). *Proceeding of Student Conference*, 336-344.
- Wibisono, & Cahyadi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 12-28.
- Wulandari, & Abdullah. (2025). Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 42-61.
- Xu et al. (2015). A Customer Value, Satisfaction, and Loyalty Perspective of Mobile Application Recommendations. *Decision Support Systems*, 171-183.

Zulkarnain et al. (2023). Pengaruh Kemudahan, Ketersediaan Fitur dan Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI Mobile di Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 267-284.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**