

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rahmi, A. M., Al-Rahmi, W. M., Alturki, U., Aldraiweesh, A., Almutairy, S., & Al-Adwan, A. S. (2022). Acceptance of mobile technologies and M-learning by university students: An empirical investigation in higher education. *Education and Information Technologies*, 27(6), 7805-7826.
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh promosi, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di angkringan nineteen. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(10), 1419-1430.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. CV Pustaka Ilmu.
- Bank Indonesia. (2024). Laporan Kelembagaan Bank Indonesia Triwulan I 2024.
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: Fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630-648.
- BSI. (2025). Byond by BSI.
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking/parent/produk/byond-by-bsi>
- Budiman, G. I., & Firdausy, C. M. (2025). Pengaruh Perceived Ease of Use dan perceived usefulness terhadap intention to use aplikasi myBCA digital banking dengan perceived satisfaction sebagai mediator. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(5), 785-798.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, Perceived Ease of Use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Farahdibaj, H. A. (2023). Pengaruh customer perceived value, Perceived Ease of Use, kepuasan, dan loyalitas terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. *El-Aswaq*, 4(2).
- Ghofur, D. F. (2025). Analisis minat nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond untuk meningkatkan loyalitas nasabah di BSI KCP GKB Gresik. Menulis:

- Jurnal Penelitian Nusantara, 1(3), 358-364.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdiyana, H. (2017). Inflasi, tingkat bunga, dan harga saham. JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi), 3(1), 53-65.
- Isaeva, N., Gruenewald, K., & Saunders, M. N. K. (2020). Trust theory and customer services research: Theoretical review and synthesis. Service Industries Journal, 40(15-16), 1031-1063.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of marketing. Pearson Education.
- Muhammad, F. R. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan nasabah melalui loyalitas nasabah pada pengguna Livin' by Mandiri di Kota Palembang.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology (fintech) pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah, 2(2).
- OJK. (2024). Transformasi digital.
- Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan perceived usefulness terhadap customer satisfaction e-wallet X. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan, 2(2), 562-576.
- Pasaribu. (2023). Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening dalam menggunakan BSI Mobile.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (n.d.). Jurnal Bisnis Mahasiswa.
- Ramadhani, N. R. (2025). Pengaruh keamanan, kemudahan, dan keputusan dalam aplikasi Byond sebagai pembayaran kuliah.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Habes, M., Alghizzawi, M., Ghani, M. A., & Shaalan, K. (2021). What impacts the acceptance of E-learning through social media? An empirical study. In Recent Advances in Technology Acceptance Models and Theories (pp. 419-431). Springer.
- Salsabila, N. S., & Bahtiar, M. Y. (2025). An influence of Perceived Ease of Use,

- perceived usefulness, and trust on the intention of repeated use of Byond by BSI (study on customers in Bandar Lampung City). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 8(1), 109-125.
- Setyawati, D. D., Krisdianto, D., & Anastuti, K. U. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan Perceived Ease of Use terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah menggunakan Byond by BSI. *JIAGABI*, 14(2), 392-406.
- Sharma, S., & Khurana, M. K. (2023). An era of digitalization: *Mobile banking* adoption in India. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(6), 1066-1086.
- Siti Yolanda Rahman Utami, Edy Yulianto, & Agung Nugroho L.I.F. (2024). Beyond convenience: Understanding e-service quality role in fostering e-customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Manajemen*, 28(2), 341-364.
- Sutrisno, I. R., & Lazuardy, D. (2024). The effect of perceived value and service quality on customer satisfaction: A sustainable growth strategy for digital banks in Indonesia. *Research Horizon*, 4(4), 131-146.
- Tarigan, E. F., Nilmarito, S., Islamiyah, K., Darmana, A., & Suyanti, R. D. (2022). Analisis instrumen tes menggunakan Rasch model dan software SPSS 22.0. *Jurnal Inovasi Pendidikan Kimia*, 16(2), 92-96.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Veonnita, R., & Rojuaniah, R. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna *mobile banking* BCA. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 68-78.
- Zelin Sefiana, A., & Fadlullah Hana, K. (2025). Byond by Bank Syariah Indonesia dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 5(1).