

**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Minat
Penggunaan Berulang *Byond by Bsi*
(Studi pada Nasabah di Kota Bandar Lampung)**

***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)***

Naura Syifa Salsabila^{1*}, Ridwansyah², M. Yusuf Bahtiar³

¹Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Uin Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 35131, Indonesia

² Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Uin Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 35131, Indonesia

³ Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Uin Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 35131, Indonesia

*E-mail: naurasyifasal@gmail.com

ABSTRAK

Submit: 2025-05-30
Revisi: 2025-06-02
Disetujui: 2025-06-07

Byond By BSI adalah aplikasi *super-app* digital perbankan syariah yang dikembangkan oleh BSI untuk memberikan layanan keuangan yang mudah diakses, fleksibel, dan sesuai prinsip syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah Persepsi Kemudahan, manfaat dan kepercayaan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *Byond By BSI*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Persepsi Kemudahan, manfaat dan kepercayaan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *Byond By BSI*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability* sampling yaitu metode sampling yang diambil secara acak. Dengan menggunakan teknik *accidental* sampling, merupakan suatu teknik yang dilakukan secara tidak sengaja ditemuinya. Karena populasi penelitian ini tidak diketahui, maka rumus yang diperlukan untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow.

Kata kunci: *persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, minat*

ABSTRACT

Byond By BSI is an Islamic banking digital *super-app* application developed by BSI to provide financial services that are easily accessible, flexible, and in accordance with sharia principles. The formulation of the problem in this study is whether the perceived ease of use, benefits and trust partially or simultaneously affect the interest in repeated use of *Byond By BSI*. The purpose of this study is to analyze the perceived ease of use, benefits and trust partially or simultaneously affect the interest in repeated use of *Byond By BSI*. The research method used is quantitative method. The sampling technique used in this study is *non-probability* sampling, namely the sampling method taken randomly. By using *accidental* sampling technique, which is a technique that is carried out accidentally encountered. Because the population of this study is unknown, the formula needed to determine the number of samples uses the Lemeshow formula.

Keywords: *perceived ease, benefits, trust, repeat*

How to Cite

Salsabila, N. S., Ridwansyah, & Yusuf Bahtia, M. (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).
<https://doi.org/10.31949/maro.v8i1.14013>

Copyright © 2025 Program Studi Perbankan Syariah, FEBI UIN Raden Intan Lampung. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Layanan perbankan berbasis teknologi (*digital banking*) memberikan dampak positif bagi bank dan nasabahnya, yaitu memberikan kemudahan nasabah dalam mengakses berbagai layanan serta produk yang ditawarkan oleh pihak bank, selain itu *digital banking* juga mendukung kinerja bank menjadi lebih optimal dalam menawarkan layanan serta hemat biaya dalam meningkatkan efektivitas layanan. Salah satu inovasi layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi yaitu *mobile banking*. Layanan *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses dengan mudah melalui handphone pengguna dengan adanya *mobile banking* pengguna dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun tanpa harus mengantri di kantor atau ATM terdekat. (Syamsurizal, 2023)

Byond by BSI adalah layanan yang dengan mudah dan cepat memberikan akses ke informasi dan transaksi keuangan terbaru secara *real time*. Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga yang menyediakan layanan *mobile banking* dan berinteraksi langsung dengan para penggunanya. (Kusumastuti et al., 2024) Minat penggunaan ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman yang telah dilakukan di masa lalu. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa hasil dari pengalaman membeli sebelumnya sangat berpengaruh dengan pembelian selanjutnya. Jika pada pembelian pertama mendapatkan hasil yang memuaskan, konsumen akan mengalami minat pembelian ulang atau selanjutnya. (Bharata, 2020)

Komitmen yang dipegang kuat untuk menggunakan lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku. (Jonathan, 2000) Meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk menggunakan pembayaran praktis seperti pembayaran menggunakan *mobile* mendorong perbankan konvensional maupun syariah untuk mengeluarkan aplikasi *mobile banking*. (Purnamasari, 2021).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang mengadopsi *theory of reasoned action* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Menurut Davis *Technology Acceptance Model (TAM)* memprediksi penerimaan penggunaan terhadap teknologi berdasarkan pengaruh dari dua faktor kognitif yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Menurut Davis pengertian persepsi Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mudah dipahami dan digunakan. Seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya disebut manfaat. (Megasari & Putri Kartika, 2021) Berbagai keuntungan yang diperoleh dari penggunaan kembali BSI mempengaruhi opini masyarakat secara signifikan, yang menghasilkan peningkatan penggunaan BSI. Produk yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari lebih mungkin digunakan secara teratur. (Shafira et al., 2023)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung merasakan bahwa dalam menggunakan *byond by* Bank Syariah Indonesia merasa kesulitan dalam bertransaksi dengan *mobile banking* BSI karena pada beberapa merchant masih belum dapat melakukan pembayaran via BSI *mobile* seperti contoh saat

tengah bertransaksi dipusat perbelanjaan untuk pembayaran *Cashless* via debit BSI Atau QRIS BSI masih sangat jarang disediakan, Kebanyakan dari mereka menyediakan yang lain nya. Dan untuk ATM BSI yang belum begitu tersebar membuat kesulitan untuk melakukan tarik tunai jadi harus transfer via bank yang lain dulu. Maka dari itu terkadang banyak nasabah yang lebih memilih untuk menggunakan aplikasi mobile banking yang lainnya. Selain itu, salah seorang nasabah mengeluhkan dalam penggunaan aplikasi mobile banking Bank Syariah Indonesia saat nasabah menggunakan fitur transfer data yang dimasukan tidak tersimpan sehingga harus mengetik ulang rekening yang dituju lagi.

Dari kasus tersebut dapat diketahui bahwa kemudahan dan kegunaan/manfaat sangat berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Shely vintiani dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi Dana” memperoleh hasil yaitu bahwa kedua variabel yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang aplikasi DANA. (Vintiani & Yussri Indah, 2023) Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Supriadi et al., 2024) dengan judul penelitian “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan BSI *Mobile* Pada Masyarakat Di Desa Sungai Tering Kecamatan Nipah Panjang.” Yang memperoleh hasil penelitian bahwa variabel manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Byond By* BSI pada masyarakat di Desa Sungai Tering Kecamatan Nipah Panjang. Hal tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel manfaat dan kemudahan secara simultan terhadap minat menggunakan layanan *Byond By* BSI bahwa semakin tinggi rasa manfaat dan kemudahan yang didapatkan maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan *Byond By* BSI. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurdin et al., 2021) menemukan hasil bahwa variabel Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking, akan tetapi variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara parsial tidak satupun mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Maka dari itu peneliti akan mencoba untuk meneliti minat penggunaan berulang *Byond by* BSI bagi nasabah di kota Bandar Lampung agar hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat menggambarkan secara utuh mengenai, pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap penggunaan berulang layanan *byond by* BSI di Bandar Lampung.

2. Landasan Teori

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis 1989 adalah suatu adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang digunakan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi. (Davis, 1989) Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan faktor apa saja yang menjadi penentu teknologi dapat diterima secara luas dan menjelaskan perilaku akhir penggunaan teknologi tersebut. TAM yang dikembangkan oleh Davis menawarkan menjadi landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan system informasi. Mengetahui berbagai pengaruh faktor internal, sikap dan niat penggunaan teknologi merupakan salah satu tujuan utama TAM. Teori ini telah mengalami beberapa pengembangan diantaranya TAM 1, TAM 2, dan TAM 3.

Dengan demikian, layanan Mobile Banking BSI yang sesuai dengan prinsip syariah dapat meningkatkan minat penggunaan berulang, terutama di kalangan nasabah yang lebih memilih layanan teknologi yang praktis dan aman. Perilaku konsumen mencakup pemahaman mengenai tindakan langsung yang dilakukan dalam memperoleh, menggunakan, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah tindakan tersebut. (Junaedi & Neneng, 2023) Menurut Hawkins, perilaku konsumen adalah kajian tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi

memilih, memperoleh, menggunakan, dan menghentikan penggunaan produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memenuhi kebutuhan mereka serta dampaknya terhadap konsumen. (Suryani, 2012)

Perilaku konsumen menurut islam

Aturan tersebut dimaksudkan untuk menjamin kebahagiaan serta keselamatan manusia baik di semua aspek diri seperti keselamatan agama, jiwa, akal, harta benda, serta keturunannya atau yang biasa disebut dengan *adh-dharuriyyah al-khams* atau *maqashid alsyari'ah*. Seseorang dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. tidak semua hal yang dianggap butuh harus dibeli saat itu juga, karena kebutuhan itu sifatnya dinamis dan dipengaruhi oleh siduasi dan kondisi. Ajaran islam dalam mengajarkan pola konsumsi dan penggunaannya secara wajar dan berimbang. Allah berfirman dalam QS. Al-Isra Ayat 27 sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Byond By BSI

Aplikasi ini dapat diakses melalui ponsel berbasis Android maupun iOS kapan saja. (Suharto et al., 2021) Nasabah Bank Syariah Indonesia dapat memanfaatkan *Byond by BSI* sebagai fasilitas mobile banking yang memungkinkan mereka melakukan berbagai transaksi secara *online* melalui rekening tabungan yang digunakan oleh para nasabah. (sisca damayanti 2023)

Byond by BSI merupakan salah satu dari banyak aplikasi yang dirancang untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi keuangan, dengan tujuan memudahkan, melindungi, serta memberikan kenyamanan bagi para nasabah saat melakukan transaksi. (Dean Amry et al., 2023) Oleh karena itu, aplikasi *mobile banking* berbasis syariah diharapkan terus mengalami perkembangan yang baik agar lebih banyak nasabah yang minat dan akan menggunakan layanan dari aplikasi *mobile banking* berbasis syariah tersebut. (Mahrani et al., 2025)

Layanan *Byond by BSI* menyediakan akses cepat dan mudah ke informasi serta transaksi keuangan secara *real time*. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai penyedia layanan mobile banking berinteraksi langsung dengan penggunanya, menawarkan sistem pengelolaan keuangan yang praktis dan dapat diakses kapan saja melalui aplikasi *Byond by BSI*. (Fasya et al., 2025)

Minat Penggunaan Ulang

Menurut Jogiyanto, minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan atau kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Minat ini berkaitan dengan perilaku atau tindakan yang akan dilakukan, namun dapat berubah seiring waktu. Semakin lama jarak waktu yang dilalui, semakin besar kemungkinan minat seseorang mengalami perubahan. Sementara itu, menurut Setyanto, minat untuk menggunakan kembali layanan e-banking secara online dapat diartikan sebagai frekuensi atau seberapa sering nasabah memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh bank dalam melakukan transaksi melalui layanan e-banking secara daring. (Zuhdi Ahsan, 2012) Minat penggunaan ulang adalah kecenderungan seseorang untuk terus-menerus tertarik pada sesuatu, sehingga mereka lebih fokus dan mengingatnya dengan baik, disertai perasaan senang yang bertujuan untuk mencapai kepuasan dalam menggunakan teknologi tersebut. (Setyanto, 2020) Menurut Hurlock, minat merupakan sumber motivasi yang mendorong individu melakukan hal-hal yang diinginkan, asalkan mereka memiliki kebebasan dalam memilih.

Oleh sebab itu, perilaku dalam menggunakan e-banking sangat relevan untuk mengkaji sejauh mana nasabah menerima sistem e-banking tersebut. Beberapa indikator minat penggunaan ulang dapat dijelaskan sebagai berikut: (Setyanto, 2020)

- a. Keinginan untuk menggunakan produk secara berkelanjutan
Nasabah merasa tertarik dengan produk yang disediakan oleh bank, sehingga mereka cenderung memakai produk tersebut secara berulang kali.
- b. Penggunaan lebih sering pada aplikasi byond by BSI
Nasabah memiliki kecenderungan untuk terus memanfaatkan aplikasi Byond by BSI dalam melakukan berbagai transaksi secara rutin.

Persepsi Kemudahan

Perceived Ease of Use (persepsi kemudahan penggunaan) merupakan salah satu komponen utama dalam Technology Acceptance Model (TAM). Istilah ini mengacu pada sejauh mana seseorang menilai bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi ini meliputi kemudahan dalam mengoperasikan teknologi, ketersediaan dukungan teknis, serta sumber daya yang mendukung penggunaan teknologi tersebut. (Rosyad & Harsono, 2021) Selain itu, aspek yang biasanya diukur dalam perceived usefulness mencakup efektivitas teknologi, manfaat yang diperoleh, kesesuaian teknologi dengan tugas yang dilakukan, serta relevansi teknologi terhadap kebutuhan pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki peran penting dalam menentukan tingkat penerimaan teknologi oleh pengguna. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan secara luas. (Hantono et al., 2023) Oleh karena itu, dalam proses pengembangan teknologi, sangat penting untuk merancang sistem yang mengutamakan kemudahan penggunaan agar pengguna dapat dengan mudah mengoperasikan teknologi tersebut dan menyelesaikan tugas-tugas mereka secara efektif.

Dari beberapa pengertian kemudahan diatas penelitian menyimpulkan bahwa bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan atau *Perceived ease of use* adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi informasi tersebut mudah digunakan dan dipahami oleh nasabah sehingga nasabah akan terus menggunakan teknologi yang dianggapnya mudah untuk digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang besar dalam penggunaannya. indikator dari persepsi kemudahan sebagai berikut: (Davis, 1989)

- a. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
- b. Dapat dikontrol (*controllable*)
- c. Jelas & dapat dipahami (*clear & understandable*)
- d. Fleksibel (*flexible*)
- e. Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*)
- f. Mudah digunakan (*easy to use*)

Kemudahan dalam Perspektif Islam

Ayat ini Menjelaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi kamu dan tidak menghendaki kesukaran bagi kamu. Dalam tafsir Ibnu Katsir juga dijelaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi kamu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu, artinya sesungguhnya Allah SWT memberikan kemudahan kepada semua muslim dalam menjalankan segala sesuatu. Allah SWT berfirman dalam Surah Al Insyirah ayat 5 dan 6 yaitu:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Artinya : Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al insyirah ayat 5-6)

Dalam ayat 5 dan 6 ini bermaksud mejeaskan salah satu sunnah yang bersifat umum dan konsisten yaitu “setiap kesulitan pasti disertai oleh kemudahan selama yang bersangkutan bertekad untuk menaggulangi nya.”

Dalam ayat ini Allah mengungkapkan bahwa sesungguhnya didalam setiap kesempitan disitu terdapat kelapangan dan didalam setiap kekurang dalam mencapai sesuatu keinginan disitu pula terdapat jalan keluar, jika seseorang dalam menuntut sesuatu tetap berpegang pada kesabaran dan tawakkal kepada Tuhan-nya.

Manfaat

Manfaat, dalam konteks ini, merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan efektivitas kerjanya. Seseorang cenderung menggunakan teknologi jika ia meyakini bahwa teknologi tersebut akan memberikan keuntungan. Dengan kata lain, jika seseorang merasa yakin bahwa suatu teknologi bermanfaat, ia akan memanfaatkannya sebaliknya. (jogiyanto, 2019) Jika tidak ada keyakinan akan manfaatnya, teknologi tersebut tidak akan digunakan. Manfaat mencerminkan tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu layanan atau teknologi akan memberikan keuntungan bagi penggunaannya serta membantu menyelesaikan pekerjaan secara efektif dan efisien. (Karim et al., 2023) Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan mobile banking dapat meningkatkan kinerja pengguna dalam menjalankan tugasnya. Manfaat mobile banking adalah keuntungan yang diperoleh atau diharapkan oleh nasabah saat melaksanakan pekerjaan mereka. Oleh karena itu, tingkat manfaat yang dirasakan dari mobile banking akan memengaruhi sikap nasabah terhadap sistem tersebut. Menurut Davis, terdapat beberapa indikator manfaat yang relevan, antara lain:

- a. Peningkatan pekerjaan. Dengan adanya teknologi informasi mampu meningkatkan performa perusahaan.
- b. Pekerjaan menjadi cepat. Dapat menghemat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan dengan adanya sistem teknologi ini.
- c. Efektivitas. Pekerjaan menjadi lebih efektif dengan adanya sistem teknologi ini
- d. Produktivitas meningkat. Dengan adanya sistem teknologi maka mampu meningkatkan mutu suatu pekerjaan
- e. Pekerjaan menjadi mudah. Pekerjaan dapat dilakukan lebih mudah dengan menggunakan teknologi informasi.
- f. Bermanfaat. Manfaat sangat dirasakan oleh pengguna dengan menggunakan teknologi informasi.

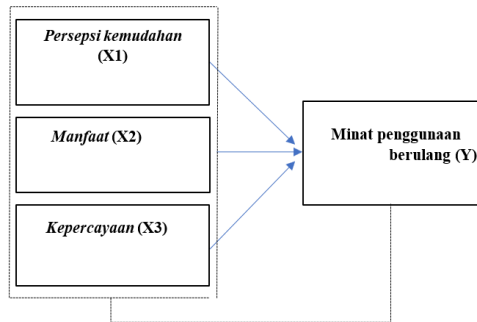
Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap informasi yang dimilikinya, yang kemudian memunculkan sikap positif atau negatif terhadap suatu hal. (Nurul Haqiqi et al., 2020) Kepercayaan tidak diperoleh secara instan, melainkan harus dibangun dari awal dan dibuktikan secara konsisten. Ketika seseorang sudah memiliki kepercayaan terhadap sebuah teknologi, hal ini akan meningkatkan motivasinya untuk menggunakan teknologi tersebut. (Fatakhurrohim Sumadi, 2022) Tingkat kepercayaan setiap konsumen berbeda-beda, sehingga aplikasi Byond by BSI perlu memahami karakteristik dan kebutuhan konsumen secara mendalam. Selain itu, popularitas aplikasi juga sangat berperan dalam mendorong penggunaan transaksi non-tunai. (Fauzi, 2021) Namun, kepercayaan tidak hanya dilihat dari popularitas, tetapi juga dari aspek keamanan yang disediakan oleh perusahaan dalam melindungi transaksi pengguna. (Dolen, 2009)

Beberapa indikator pada variabel kepercayaan:

- a. Dapat diandalkan
- b. Memiliki reputasi yang baik
- c. Memberikan keamanan dalam bertransaksi

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan (X1) Manfaat (X2) dan Kepercayaan (X3) serta variabel dependen yaitu minat penggunaan berulang (Y). Penelitian digunakan untuk meneliti pengaruh masing-masing variabel. Independent terhadap variabel dependen dan pengaruh simultan dua variabel independen terhadap variabel dependen dengan kerangka konseptual sebagai berikut:



Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
----- : Pengaruh secara simultan

3. Metode Penelitian

a. Metode Analisis

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung yang merupakan tempat peneliti mendapatkan objek penelitian. Alasan memilih lokasi tersebut dikarenakan peneliti ingin melihat seberapa jauh nasabah dari berbagai kalangan dari pelajar, PNS, Karyawan Swasta, dan lain sebagainya yang kesehariannya sudah akrab dengan gaya hidup serba online dan memanfaatkan segala fasilitas online ini dalam aktivitas keseharian nasabah sehingga kemungkinan besar sudah mengenal atau paham dengan baik segala tentang hal yang berhubungan dengan produk *mobile banking*.

Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang memiliki spesifikasi sistematis, terstruktur dan terencana. katan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang sedang terjadi berdasarkan data-data, menyajikan data, menganalisis serta menginterpretasi (Syamsul, 2018). Pada penelitian ini pengumpulan data yang akan digunakan oleh penulis adalah melalui kuisiонер. Kuisiонер adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden atau memberikan tanggapan tertulis. Teknik ini akan dilakukan dengan cara memberikan akses link form kepada masyarakat generasi milenial yang akan mengisi angket pada link tersebut, dari sini lah data akan di dapat dan akan peneliti olah. Pengisian kuisiонер dilakukan secara *self-administered questiomare*, yaitu responden diminta untuk menjawab sendiri kuisiонер yang telah dibuat oleh peneliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu metode sampling yang diambil secara acak. Dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, merupakan suatu teknik yang dilakukan secara tidak sengaja ditemuinya. Karena populasi penelitian ini tidak diketahui, maka rumus yang diperlukan untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil dan Pembahasan

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung antara skor butir pernyataan dengan total skor variabel. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan degree of freedom (df) = n-2. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan dinyatakan valid, sedangkan apabila r hitung < r tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Sampel penelitian ini berjumlah 97 responden, maka df= 97-2 atau df= 95 dengan alpha 0,05, sehingga diperoleh nilai r tabel 0,1996. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,686	0,1996	Valid
	X1.2	0,452	0,1996	Valid
	X1.3	0,665	0,1996	Valid
	X1.4	0,471	0,1996	Valid
	X1.5	0,735	0,1996	Valid
	X1.6	0,747	0,1996	Valid
	X1.7	0,638	0,1996	Valid
Manfaat	X2.1	0,623	0,1996	Valid
	X2.2	0,433	0,1996	Valid
	X2.3	0,700	0,1996	Valid
	X2.4	0,481	0,1996	Valid
	X2.5	0,476	0,1996	Valid
	X2.6	0,599	0,1996	Valid
	X2.7	0,692	0,1996	Valid
	X2.8	0,652	0,1996	Valid
	X2.9	0,575	0,1996	Valid
	X2.10	0,704	0,1996	Valid
Kepercayaan	X3.1	0,561	0,1996	Valid

	X3.2	0,544	0,1996	Valid
	X3.3	0,645	0,1996	Valid
	X3.4	0,625	0,1996	Valid
	X3.5	0,617	0,1996	Valid
	X3.6	0,743	0,1996	Valid
Minat Penggunaan Berulang	Y1	0,599	0,1996	Valid
	Y2	0,729	0,1996	Valid
	Y3	0,544	0,1996	Valid
	Y4	0,458	0,1996	Valid
	Y5	0,728	0,1996	Valid
	Y6	0,696	0,1996	Valid

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas semua item pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel atau lebih besar dari 0,1996 dan bernilai positif. Maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian dapat disimpulkan jika r hitung > r tabel maka semua hasil adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu kuisioner yang digunakan peneliti, sehingga kuisioner dapat diandalkan. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dengan kriteria apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji cronbach alpha > 0,60 maka dinyatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	7 item	0,750	0,60	Reliabel
Manfaat (X2)	10 item	0,797	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X3)	6 item	0,677	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan Ulang (Y)	6 item	0,689	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua variabel yaitu Persepsi Kemudahan

(X1), Manfaat (X2), Kepercayaan (X3), dan Minat Penggunaan Ulang *Byond By* BSI (Y) dapat dikatakan reliabel.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan ketentuan data tersebut dikatakan normal, apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 dan diperkuat dengan grafik histogram. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Hasil uji Kolmogorov-Smirnov Test

N	Signifikansi	Kesimpulan
97	0,200	Normal

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi *Asymp Sig* (2-tailed) sebesar 0,200 artinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Kriteria pada uji multikolinearitas ini yaitu, apabila *tolerance* $\geq 0,10$ atau *VIF* ≤ 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kriteria
Presepsi Kemudahan	0,998	1,002	Tidak terjadi multikolinearitas
Manfaat	0,399	2,509	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	0,398	2,510	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel persepsi kemudahan 0,723, manfaat 0,545, dan kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 dan hasil perhitungan nilai variance inflation factor (VIF) juga tidak ada yang memiliki nilai lebih dari 10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Hasil Uji Heterosdastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamatan lain. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Spearman Rho. Dasar pengambilan keputusan dalam uji Spearman Rho yaitu jika nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) > 0.05 maka tidak terdapat masalah heterokedastisitas dan jika nilai

signifikansi atau Sig. (2-tailed) < 0.05 maka terdapat masalah heterokedastisitas. Adapun hasil uji Spearman Rho dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Unstandardized Residual
Spearman's Rho	Presepsi Kemudahan	Correlation Coefficient	-.048
		Sig. (2-tailed)	0,642
		N	97
	Manfaat	Correlation Coefficient	0,071
		Sig. (2-tailed)	0,491
		N	97
	Kepercayaan	Correlation Coefficient	0,099
		Sig. (2-tailed)	0,344
		N	97
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	
		N	97

Sumber: Output SPSS 25,2025

Berdasarkan tabel diatas, dengan menggunakan uji Spearman Rho diperoleh hasil bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel persepsi kemudahan 0,649, manfaat 0,491, dan kepercayaan 0,344. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai sig. (2-tailed) masing-masing variabel > 0,05 yang artinya data tersebut tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

D. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dari pengujian yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bantuan SPSS 26. Dalam pengujian ini persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan Berulang *Byond By* BSI

α = Koefisien konstanta

$\beta_1\beta_2\beta_3\beta_4$ = Koefisien regresi

X_1 = Persepsi Kemudahan

X_2 = Manfaat

X_3 = Kepercayaan

e = *standard error*

Tabel 3.10
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t-statistik	Signifikansi
----------	-----------	-------------	--------------

(Constant)	8,594	3,555	0,001
Persepsi Kemudahan	-0,139	-2,191	0,31
Manfaat	0,160	2,600	0,011
Kepercayaan	0,556	5,428	0,000

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Dari tabel 3.10 diatas ditemukan persamaan regresi pengaruh trust, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi manfaat terhadap penggunaan QRIS sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 8,594 + -0,139 X_1 + 0,160 X_2 + 0,556 X_3 + e$$

Dengan demikian dapat diaertikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta yang terdapat pada persamaan regresi tersebut adalah 8,594. Artinya, apabila variabel independen (persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan) bernilai 0, maka nilai variabel minat penggunaan berulang adalah sebesar 8,594.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan adalah -0,139. Artinya, apabila trust mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka minat penggunaan berulang akan menurun sebesar -0,139 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel manfaat adalah 0,160. Artinya, apabila manfaat mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka minat penggunaan berulang akan meningkat sebesar 0,160 satuan.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan adalah 0,556. Artinya, apabila kepercayaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka minat penggunaan berulang akan meningkat sebesar 0,556 satuan.

E. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Dasar pengambilan keputusan uji t jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dan berlaku sebaliknya.

Adapun hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.11
Hasil Uji parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8.594	2.418		3.555	.001		
	X1	-.139	.064	-.141	-2.191	.031	.998	1.002
	X2	.160	.061	.264	2.600	.011	.399	2.509
	X3	.556	.102	.552	5.428	.000	.398	2.510

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 3.11 hasil dari uji parsial (uji t) diatas, diperoleh hasil t tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan pengujian dua arah (2-tailed), kemudian untuk nilai $df = n - k - 1$ ($df = 97 - 4 - 1 = 92$). Jadi nilai t tabel adalah 1,986, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengujian pengaruh variabel Persepsi Kemudahan (X1) terhadap variabel minat penggunaan berulang byond by BSI (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang. Apabila dilihat dari gambar diatas, didapatkan nilai t hitung kurang dari t tabel ($2,191 < 1,986$) dan nilai signifikansi sejumlah ($0,031 < 0,05$)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang. Artinya, semakin tinggi persepsi kemudahan, justru minat untuk menggunakan kembali cenderung menurun. Hal ini dapat terjadi jika pengguna merasa bahwa sistem terlalu sederhana atau tidak cukup menarik untuk digunakan kembali.

- 2) Pengaruh variabel Manfaat (X2) terhadap variabel minat penggunaan berulang byond by BSI (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang. Apabila dilihat dari gambar diatas, didapatkan nilai t hitung lebih dari t tabel ($2,600 > 1,986$) dan nilai signifikansi sejumlah ($0,011 < 0,05$).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang. Artinya, semakin besar persepsi pengguna terhadap manfaat dari suatu sistem atau layanan, maka semakin tinggi juga minat nasabah untuk menggunakan kembali.

- 3) Pengaruh variabel Kepercayaan (X3) terhadap variabel minat penggunaan berulang byond by BSI (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang. Apabila dilihat dari gambar diatas, didapatkan nilai t hitung lebih dari t tabel ($5,428 > 1,986$) dan nilai signifikansi sejumlah ($0,000 < 0,05$).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem atau layanan, maka semakin besar pula minat nasabah untuk menggunakan Byond By BSI Kembali.

- b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian pengaruh sistem Byond By BSI terdiri dari variabel X (persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan) terhadap variabel minat penggunaan berulang byong by BSI (Y). Dasar pengambilan keputusan uji f jika nilai Sig. lebih kecil dari taraf nyata (probabilitas) = 0,05 dan nilai F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Adapun hasil uji f dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.12
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	835.859	3	278.620	49.947	.000 ^b
	Residual	518.781	93	5.578		
	Total	1354.639	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 3.12 diatas, diperoleh hasil untuk f hitung sebesar 49,947 dan f tabel sebesar $f_{tabel} = f(f; n-k)$, f tabel $f(3; 97-3= 94) = 2,701$, dengan tingkat signifikasi sebesar 0,000. Karena F hitung > F tabel, $49,947 > 2,701$ dan tingkat signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas Persepsi Kemudahan (X1), Manfaat (X2), Kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Penggunaan Berulang (Y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkait. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Tabel 3.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.617	.605	2.36184

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 3.13 diatas dapat dilihat nilai koefisien R Square (R^2) sebesar 0,605 atau 60,5%. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa besarnya pengaruh variabel Persepsi kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Berulang Byond by BSI di Kota Bandar Lampung sebesar 60,5%, sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh negatif dan Signifikan terhadap Minat nasabah dalam Penggunaan Berulang *Byond By* BSI. H_1 diterima, Hal ini dapat diartikan bahwa apabila semakin tinggi Persepsi Kemudahan yang diberikan maka minat untuk menggunakan kembali layanan *Byond By* BSI cenderung menurun.
2. Manfaat berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Minat Penggunaan Berulang *Byond By* BSI, H_1 diterima. Artinya, Pengaruh positif dan signifikan hal ini dapat diartikan bahwa apabila

semakin tinggi. Manfaat pengguna layanan *byond by* BSI yang diberikan maka besar juga minat nasabah untuk menggunakan kembali layanan tersebut secara berulang.

3. Kepercayaan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Minat Penggunaan Berulang *Byond By* BSI, H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi kepercayaan pengguna layanan *byond by bsi* yang diberikan maka besar juga minat nasabah untuk menggunakan kembali layanan tersebut secara berulang.
4. Persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan secara simultan terdapat pengaruh terhadap minat penggunaan *Byond By* BSI di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang, manfaat dan kemudahan dari layanan *Byond By* BSI serta pengetahuan informasi tentang layanan *Byond By* BSI secara bersama-sama akan mempengaruhi tingkat minat Penggunaan Berulang *Byond By* BSI.

6. Saran

Rekomendasi yang dapat peneliti berikan terkait penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi nasabah *Byond By* BSI, kota Bandar Lampung untuk terus memahami dan menggunakan layanan *Byond By* BSI sebagai bentuk perkembangan dari sistem pembayaran digital, dapat membantu dan berdampak positif bagi nasabah dengan minat menggunakan ulang layanan *Byond By* BSI terhadap metode pembayaran non-tunai karena adanya alternatif pembayaran menggunakan mobile banking syariah. Selain itu penggunaan barcode QRIS pada layanan *Byond By* BSI sebaiknya digunakan dan merahasiakan pin layanan di smartphone pribadi guna menghindari sabotase barcode oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dan sebagai bentuk kehati-hatian pengguna.
2. Bagi layanan *Byond By* BSI dan Bank Indonesia, diharapkan agar sistem *Byond By* BSI terus menjaga keamanan data penggunanya dan berinovasi agar tidak mudah dipalsukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Dan bagi Bank Indonesia untuk terus mensosialisasikan *Byond By* BSI ke berbagai daerah di seluruh Indonesia sehingga menjadikan sistem keuangan digital syariah Indonesia semakin maju.
3. Pada penelitian selanjutnya, dapat menambah variabel seperti variabel literasi, keputusan dalam menggunakan, pengetahuan, gaya hidup, ekspektasi pendapatan dan lainnya, Sehingga diharapkan hasil penelitian tersebut nantinya dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan agar dapat meningkatkan minat penggunaan berulang *Byond By* BSI.

References

- Anita Tri Milza, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, A. F. (2021). IMPLEMENTASI BSI MOBILE SEBAGAI WUJUD TERCAIINYA PAPERLESS DAN PENERAPAN GREEN BANKING. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(1), 5.
- Bharata. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 139.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 321.
- Dean Amry, A., Aidil Putra, R., M Hafis Jakala, Sherly Bintani Awaliyah, Futri, N. A., & Putri, A. (2023). Pengaruh Nilai Transaksi Pembayaran Non Tunai (E-Money) Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Peredaran Uang Tunai Di Indonesia Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 210–219. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.5582>
- Dolen, T. V. and W. van. (2009). Online Purchase Intentions: A Multi-Channel Store Image Perspective. *Information and Management*, 77–82.
- Fasya, M., Arbaien, N., Nurkaromah, S. R., Sutarman, S., & Apriyani, H. (2025). *Penerimaan dan*

- Penggunaan SuperApp BYOND BSI : Ekstensi Teori Technology Acceptance Model. 8(2), 90–103.*
- Fatakhurrohim Sumadi, dan A. H. R. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(2)*.
- Fauzi, H. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis, 4(2)*, 156–167. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1801>
- Hantono, H., Tjong, W., & Jony, J. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner, 7(2)*, 1815–1830. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1583>
- jogiyanto. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga.
- Jonathan, G. (2000). *Britannica Gives In and Gets Online*.
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies, 2(1)*, 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>
- Kusumastuti, T. P., & Y. (2024). ANALISIS PENGARUH MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER INTEREST IN USING MOBILE BANKING USING THE TECHNOLOGY FRAMEWORK ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Apresiasi Ekonomi, 10(3)*, 278–279.
- Mahrani, D., Sakti, R., & Harahap, P. (2025). *Analysis of Perceptions and Aspects of Ease of Transaction Using BYOND Mobile Banking by BSI. 6(1)*, 31–38.
- Megasari, & Putri Kartika, N. (2021). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Manfaat dan Kepercayaan Yang Mempengaruhi Minat menggunakan Bsi Mobile Palopo. *Journal of Islamic Economic and Business, 3*, 107–117.
- N K Karim Dan, A. F. S. P. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Kemudahan Dimediasi *Business and Accounting Education Journal, 4(3)*, 489–503.
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, A. J. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah, 3(1)*, 43.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, and T. A. P. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, and Tri Ari Prabowo, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo," Journal of Sustainability Bussin, 1(1)*.
- Purnamasari, D. S. dan A. N. F. (2021). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology Terhadap Perilaku Pelanggan e-CommerceShopee Indonesia Di Kota Palembang. *Journal of Information Systems and Informatics, 3(2)*, 393.
- Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use: Dalam Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi, 5(1)*, 86–92. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i1.13723>
- Setyanto, T. T. (2020). Analisis Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online. *Jurnal Nominal, 12*.
- Shafira, A. S., Aris Sunindy, & Septian Yudha Kusuma. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student, 1(2)*, 62–74. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.318>
- sisca damayanti Dan, K. (2023). PENGARUH APLIKASI BSI MOBILE TERHADAP MINAT NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (STUDI KASUS PADA KCP X). *Jurnal Ekonomi Trisakti, 3(2)*, 3385.
- Supriadi, Siregar, E. S., & Ismadharliani, A. (2024). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile Pada Masyarakat Di Desa Sungai Tering Kecamatan Nipah Panjang. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah, 2(1)*, 99–119.

- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Syamsul, M. (2018). Tata Kelola dan Model Pemanfaatan Harta Wakaf. *Maro*, 1(1), 25–27.
- Syamsurizal. (2023). “Pengaruh Ekspektasi Kinerja dan Risiko yang Diterima terhadap Niat Perilaku Menggunakan Mobile Banking pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Rantauprapat.” *Jurnal Audit, Akutansi, Manajemen Terintegrasi*, 1(2), 89–101.
- Vintiani, S., & Yussri Indah, Z. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 3(4), 312–320. <https://doi.org/10.60036/jbm.v3i4.art1>
- Zuhdi Ahsan. (2012). Hubungan Minat Fotografi dengan Motivasi Bekerja Pada Anggota Organisasi Jhepret Club UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Ekonomi Bisnis*.