

**ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI  
BERKELANJUTAN DALAM PENGGUNAAN LAYANAN BYOND by BSI  
MENGUNAKAN METODE *EXPECTATION CONFIRMATION MODEL*  
(ECM)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMEPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**EVI KHOIRUNNISA AZIS**

**NIM.22108020055**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2026**

**ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI  
BERKELANJUTAN DALAM PENGGUNAAN LAYANAN BYOND by BSI  
MENGUNAKAN METODE *EXPECTATION CONFIRMATION MODEL*  
(ECM)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**EVI KHOIRUNNISA AZIS**

**NIM.22108020055**

**DOSEN PEMBIMBING:**

**RIFATUL INDANA, S.E.I.,M.E., CMA**

**NIP.19870412 201903 2 006**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2026**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-404/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2026

Tugas Akhir dengan judul : ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI BERKELANJUTAN  
DALAM PENGGUNAAN LAYANAN BYOND by BSI MENGGUNAKAN METODE  
*EXPECTATION CONFIRMATION MODEL (ECM)*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : EVI KHOIRUNNISA AZIS  
Nomor Induk Mahasiswa : 22108020055  
Telah diujikan pada : Kamis, 05 Maret 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 69b236549460e

Ketua Sidang  
Rifaatul Indana, S.E.I.,M.E., CMA  
SIGNED



Valid ID: 69b235036a3d1

Penguji I  
Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.  
SIGNED



Valid ID: 69b0e3dde33e5

Penguji II  
Farid Hidayat, S.H., M.S.I.  
SIGNED



Valid ID: 69b237761a89d

Yogyakarta, 05 Maret 2026  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.  
SIGNED

## HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

### HALAMAN PERSTUJUAN TUGAS AKHIR

Hal :Skripsi Evi Khoirunnisa Azis

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan  
Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Evi Khoirunnisa Azis

NIM : 22108020055

Judul : **Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berkelanjutan Dalam Penggunaan Layanan BYOND by Bsi Menggunakan Metode Expectation Confirmation Model (ECM)**

Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam ilmu ekonomi islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 18 Februari 2026  
Pembimbing



Rifaatul Indana, S.E.I., M.E., CMA  
NIP.19870412 201903 2 006

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Evi Khoirunnisa Azis  
NIM : 22108020055  
Progam Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**“Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berkelanjutan Dalam Penggunaan Layanan BYOND by BSI Menggunakan Metode *Expectation Confirmation Model* (ECM)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan diduplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan dibuat dalam *bodynote* serta daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusunan.

Demikian pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 18 februari 2026

Penyusun



Evi Khoirunnisa Azis  
NIM. 22108020055

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evi Khoirunisa Azis  
NIM : 22108020055  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berkelanjutan Dalam Penggunaan Layanan BYOND by BSI Menggunakan Metode *Expectation Confirmation Model* (ECM)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama terikat mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 18 Februari 2026

Hormat Saya,



Evi Khoirunisa Azis  
22108020055

## HALAMAN MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum : 60)

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya, dan aku membuat ayahku bekerja tiap hari hingga lelah, jadi aku pastikan lelahnya tidak akan sia-sia”

(Penulis)

“Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Jangan takut gagal, karena orang yang takut gagal adalah orang yang tidak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama, kita dapat menambah pengetahuan yang benar pada langkah yang kedua.”

(Buya Hamka)

”Apapun yang sudah terjadi dalam hidupmu, jangan katakan ”seandainya” , tapi katakan ”Qadarullah” karna semua yang terjadi adalah takdir dan takdir Allah itu selalu baik, karna Allah itu maha baik”

(Ustadz Hanan Attaki)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya dan atas dukungan serta do'a dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orangtuaku terkasih dan tersayang Ayah (Sunardi), Ibu (Suharsih), dan Ibu (Siti Asrifah) sebagai tanda bakti kepada orang tua yang telah melahirkan, merawat, membimbing, dan bekerja keras untuk membiayai serta tiada henti-hentinya mendoakan untuk kesuksesanku. Ridho Allah adalah ridho orang tua. Kepada seluruh sahabat dan keluarga besar penulis yang tidak bisa disebutkan satu-satu dengan ikhlas senantiasa memberi dukungan, semangat, dan doa selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

**ALMAMATERKU TERCINTA**

**TEMPAT MENIMBA ILMU BERTUMBUH DAN BERPROSES**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**REPUBLIK INDONESIA**

No: 158/1987 dan 0543b/U/1987

Transliterasi merupakan proses mengalihkan tulisan dari satu sistem abjad ke sistem abjad lainnya. Dalam konteks ini, transliterasi Arab-Latin berarti mengubah huruf-huruf Arab ke dalam huruf-huruf Latin lengkap dengan kaidah dan tanda baca yang menyertainya.

**A. Konsonan**

Fonem konsonan dalam bahasa Arab dapat direpresentasikan melalui huruf-huruf pada sistem tulisan Arab. Dalam proses transliterasi, sebagian fonem tersebut dialihkan menggunakan huruf Latin, sebagian lainnya dilambangkan menggunakan tanda tertentu, dan ada pula yang dilambangkan dengan kombinasi huruf dan tanda. Berikut disajikan daftar huruf Arab beserta bentuk transliterasi latinnya.

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Keterangan</b>
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
فا	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	Ka	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, mencakup vokal tunggal (monofong) dan vokal rangkap (diftong).

### 1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

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

Table 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab		Tulisan
fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَا	Ditulis	<i>Bainakum</i>
fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

### C. Maddah

Maddah atau vokal panjang dalam bahasa Arab, yang ditandai oleh kombinasi antara harakat dan huruf, ditransliterasikan ke dalam bentuk huruf Latin disertai tanda sebagai berikut:

Table 0. 4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...ي...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ك...ي...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah dibagi menjadi dua bentuk utama, yaitu:

##### 1. Ta' Marbutah Hidup.

Ta' marbutah yang mendapat harakat seperti *fathah*, *kasrah*, atau *dammah* ditransliterasikan dengan huruf “t”.

##### 2. Ta' Marbutah Mati.

Ta' marbutah yang berharakat *sukun* ditransliterasikan dengan huruf “h”.

##### 3. Jika sebuah kata berakhiran ta' marbutah diikuti oleh kata yang memakai kata sandang *al-* dan kedua kata tersebut dibaca terpisah, maka ta' marbutah tersebut juga ditransliterasikan dengan huruf “h”.

#### E. Syaddah

Table 0. 5 Transliterasi Syaddah

Huruf Arab		Tulisan
مُعَلَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>,,iddah</i>

#### F. Kata Sandang

Penulisan kata sandang pada transliterasi tetap dipisahkan dari kata berikutnya dan disambungkan tanpa tanda hubung. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”. Bila diikuti huruf syamsiyah maka ditulis sesuai huruf pertama.

Table 0. 6 Transliterasi Kata sandang

Huruf Arab		Tulisan
القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>
السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

### G. Hamzah

Hamzah dalam transliterasi dituliskan menggunakan apostrof, tetapi ketentuan ini hanya berlaku untuk hamzah yang berada di tengah maupun di akhir kata. Adapun hamzah yang muncul di awal kata tidak diberi tanda khusus, karena dalam tulisan Arab ia ditampilkan sebagai alif.

Table 0. 7 Transliterasi Hamzah

Huruf Arab		Tulisan
أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

### H. Penulisan Kata

Meskipun dalam tulisan Arab tidak terdapat huruf kapital, transliterasi ini tetap menggunakan huruf kapital. Aturannya mengikuti kaidah EYD, antara lain huruf kapital dipakai pada huruf pertama nama diri serta pada awal kalimat. Jika sebuah nama diri diawali oleh kata sandang, maka huruf yang ditulis dengan kapital adalah

huruf pertama pada nama dirinya, bukan huruf awal dari kata sandangnya.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (Bismillāhi majrehā wa mursāhā),

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam tulisan Arab tidak terdapat huruf kapital, transliterasi ini tetap menggunakan huruf kapital. Aturannya mengikuti kaidah EYD, antara lain huruf kapital dipakai pada huruf pertama nama diri serta pada awal kalimat. Jika sebuah nama diri diawali oleh kata sandang, maka huruf yang ditulis dengan kapital adalah huruf pertama pada nama dirinya, bukan huruf awal dari kata sandangnya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *rabbi'l'alaamiin*, segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas kasih dan sayang-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam saya panjatkan kepada junjungan umat yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju ke alam yang terang benderang, penuh dengan keimanan dan keindahan yaitu dengan adanya nikmat iman, islam, dan ikhsan.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan serta motivasi dari berbagai pihak. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati dan ta'dzim saya, terima kasih saya sampaikan kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Rifaatul Indana, S.E.I., M.E., CMA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu bersabar memberikan dukungan, bimbingan, dan arahan dari awal proses penyusunan skripsi ini sampai akhir.
5. Kepada Bapak Sunardi, Ibu Suharsih, dan Ibu Siti Asrifah selaku orang tua penulis yang selama ini senantiasa memberikan dukungan doa, finansial dan nasihat.

Terima kasih untuk selalu gigih dan kuat demi anak-anakmu ini, meskipun hidup Ibu dan Bapak dipenuhi dengan banyak sekali kesulitan dan keterbatasan.

6. Kepada Ahmad Rifa'i (Adik) dan Muhammad Nur Hidayat (Adik), Terimakasih karena kehadiran kalian membuat hari-hari penulis menjadi lebih berwarna.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan di bangku sarjana.
8. Seluruh Pegawai dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Pegawai di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang membantu dalam hal urusan administrasi.
9. Kepada sahabat penulis, Alfina, Rara, Tiara, Bela, Almh Dinda, Rahma, Nisa, Faza, Trisna dan seluruh sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu- satu, yang mana telah Ikhlas membantu kapanpun dan dimanapun, serta mewarnai hari-hari penulis selama masa awal kuliah hingga saat ini.
10. Kepada seluruh responden yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini.
11. Kepada teman-teman sekalian yang telah berbaik hati membantu dalam penyebaran kuesioner kepada responden penelitian.
12. Kepada seseorang yang belum bisa penulis tulis dengan jelas namanya disini, namun sudah tertulis jelas di *lauhul Mahfudz* untukku. Terimakasih sudah menjadi sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu bentuk penulis dalam memantaskan diri.

13. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri, **Evi Khoirunnisa Azis**. Terimakasih telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Terimakasih telah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar, dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses nya. Seperti kata Bj Habibie **“Keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha.”** God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i’m proud of this *achievement*.

Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan segala urusan serta membalas seluruh kebaikan dengan hal yang lebih baik lagi. Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini terdapat banyak sekali kekurangan, sehingga kritik saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 18 Februari 2026

Hormat Saya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Evi Khoirunnisa Azis  
22108020055

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	13
E. Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
A. Landasan Teori .....	17
1. <i>Super Apps</i> BYOND by BSI.....	17

2. Expectation Confirmation Model .....	18
3. Continuance Intention .....	20
4. Confirmation.....	22
5. Perceived Usefullnes .....	24
6. E-satisfaction .....	27
7. Religiosity.....	30
B. Kajian Pustaka .....	33
C. Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Desain Penelitian .....	47
B. Variabel & Definisi Operasional Variabel.....	47
C. Sumber Data.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data .....	50
E. Teknik Analisis Data.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Layanan BYOND <i>by</i> BSI Sebagai Objek Penelitian .....	59
B. Analisis Deskriptif.....	60
C. Hasil Penelitian.....	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan.....	108
B. Keterbatasan Penelitian .....	109

C. Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	126
Lampiran Data Responden .....	131
Lampiran Hasil Pengujian PLS Algorithm (Outer Model) .....	146
Lampiran Hasil Pengujian Bootstraping (Inner Model).....	147
Lampiran Nilai Discriminant Validity .....	148
Lampiran Nilai <i>Outer Loading</i> .....	148
Lampiran Nilai Composite Reliability .....	150
Lampiran Nilai R Square.....	151
Lampiran Nilai T-Statistic dan P-Values .....	152
Lampiran Dokumentasi Penelitian Offline .....	153
Lampiran Curriculum Vitae.....	154

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	48
Tabel 4. 1 Analisis Statistik Deskriptif.....	67
Tabel 4. 2 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	71
Tabel 4. 3 Nilai Loading Factor.....	73
Tabel 4. 4 Discriminant Validaty.....	75
Tabel 4. 5 Nilai Path Coefficient .....	76
Tabel 4. 6 Nilai VIF & Nilai F Square .....	79
Tabel 4. 7 Nilai R-Square & Q Square .....	80
Tabel 4. 8 Uji Hipotesis.....	85

  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Volume Transaksi Mobile Banking di Indonesia Tahun 2019-2023.....	2
Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi BYOND by BSI .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Teori .....	37
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	63
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	65
Gambar 4. 6 Model Pengukuran .....	70
Gambar 4. 7 Model Struktural .....	76



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji factor-faktor yang mempengaruhi *continuance intention* pada pengguna aplikasi BYOND by BSI melalui pengembangan *Expectation Confirmation Model* (ECM) dengan mengintegrasikan variabel *religiosity* serta menempatkan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi. Integrasi ini dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku keberlanjutan penggunaan layanan keuangan digital berbasis syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 210 responden pengguna BYOND by BSI di Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) guna menguji hubungan struktural antarvariabel dalam model penelitian. Hasil empiris menunjukkan bahwa *confirmation* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dan *e-satisfaction*. Selanjutnya, *perceived usefulness*, *e-satisfaction*, dan *religiosity* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Selain itu, *e-satisfaction* berperan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh *confirmation* dan *perceived usefulness* terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Temuan ini memperluas validitas ECM dalam konteks layanan perbankan digital syariah serta menegaskan pentingnya dimensi religiusitas dalam membentuk loyalitas pengguna. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi strategis bagi pengelola layanan dalam merancang pengalaman digital yang mampu meningkatkan kepuasan dan keberlanjutan penggunaan.

**Kata Kunci:** Expectation Confirmation Model, Continuance Intention, Religiosity

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*This study aims to examine the determinants of continuance intention among BYOND by BSI application users through the development of an Expectation Confirmation Model (ECM) by integrating religiosity variables and placing e-satisfaction as a mediating variable. This integration was carried out to provide a more comprehensive understanding of the behavior of continuing to use Sharia-based digital financial services. The study used a quantitative approach involving 210 respondents who were BYOND by BSI users in the Special Region of Yogyakarta. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method to test the structural relationships between variables in the research model. Empirical results show that confirmation has a positive effect on perceived usefulness and e-satisfaction. Furthermore, perceived usefulness, e-satisfaction, and religiosity are proven to have a positive and significant effect on continuance intention. In addition, e-satisfaction acts as a mediator that strengthens the influence of confirmation and perceived usefulness on continued usage intention. These findings expand the validity of ECM in the context of Sharia digital banking services and emphasize the importance of the religiosity dimension in shaping user loyalty. Practically, the results of this study provide strategic implications for service managers in designing digital experiences that can increase satisfaction and sustainability of use.*

**Keywords:** *Expectation Confirmation Model, Continuance Intention, Religiosity*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

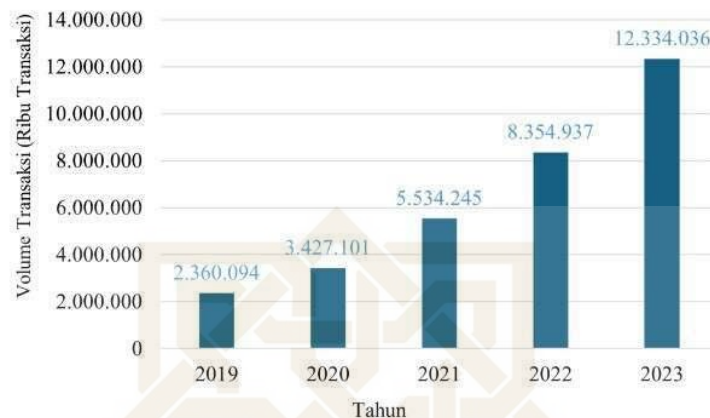
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, digitalisasi di sektor perbankan Syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Perkembangan ini didorong oleh percepatan adopsi teknologi serta meningkatnya kebutuhan untuk memperluas inklusi keuangan yang berlandaskan prinsip Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK), melalui Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2020–2025, menegaskan bahwa digitalisasi menjadi salah satu pilar strategis dalam memperkuat daya saing serta memperluas jangkauan layanan perbankan syariah (OJK, 2020).

Lebih lanjut, pandemi COVID-19 turut mempercepat pemanfaatan teknologi digital di kalangan bank syariah. Hal ini mendorong mereka untuk menghadirkan berbagai layanan inovatif seperti *mobile banking*, *internet banking*, serta dompet digital berbasis syariah. Inovasi-inovasi tersebut dinilai mampu meningkatkan efisiensi operasional tanpa mengabaikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah (Bhayangkara et al., 2023). Di antara berbagai saluran digital, *mobile banking* memiliki peran krusial dalam mentransformasi lanskap perbankan dengan meningkatkan kemudahan dan aksesibilitas layanan keuangan bagi nasabah (Yusnidar et al., 2024). Laporan Bank Indonesia (2024) mencatat bahwa volume transaksi *mobile banking* terus menunjukkan tren pertumbuhan setiap tahunnya. Peningkatan volume

transaksi mobile banking selama periode 2019 hingga 2023 dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut:



**Gambar 1. 1 Volume Transaksi *Mobile Banking* di Indonesia Tahun 2019-2023**

Sumber: Data diolah (Bank Indonesia, 2024)

Perkembangan ini kemudian membuka peluang yang lebih luas bagi pengembangan produk-produk keuangan syariah berbasis teknologi digital, seperti pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, dan ijarah yang diintegrasikan ke dalam sistem digital secara menyeluruh. Integrasi tersebut berdampak pada meningkatnya efisiensi operasional lembaga keuangan syariah sekaligus memastikan kepatuhan terhadap regulasi syariah tetap terjaga (Hidayah, Amanda, & Az-Jahra, 2023). Dengan meningkatnya penggunaan layanan *mobile banking* tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) melakukan langkah strategis melalui peluncuran *Super App BYOND by BSI* sebagai penerus dari aplikasi *BSI Mobile* (Arbaien et al., 2025). *BYOND by BSI* diluncurkan pada tanggal 9 November 2024 dengan tujuan memperkuat transformasi digital perbankan syariah melalui penyediaan layanan yang lebih modern, efisien, dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Sebagai super app pertama dalam industri perbankan syariah

nasional, BYOND menghadirkan ekosistem layanan yang terintegrasi dan komprehensif, mencakup aspek finansial, sosial, maupun spiritual. Dari sisi teknologi, BYOND dirancang dengan sistem keamanan digital berlapis, termasuk implementasi *hardware security module* dan sistem *fraud detection* untuk memantau aktivitas transaksi secara real time (antaranews.com, 2024). Keunggulan lain terletak pada tampilan antarmuka pengguna (UI/UX) yang lebih intuitif serta dukungan teknologi berbasis kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) untuk menghadirkan pengalaman yang lebih personal bagi nasabah.

Sejak peluncurannya, BYOND menunjukkan perkembangan yang signifikan dengan mencatat hampir 3 juta pengguna aktif dalam dua bulan pertama, di mana sekitar 85,7% pengguna lama BSI *Mobile* telah bermigrasi ke platform baru ini (Fajarihza, 2025) Dengan berbagai inovasi dan peningkatan tersebut, BYOND tidak hanya berperan sebagai pengganti *BSI Mobile*, tetapi juga menjadi wujud nyata transformasi digital BSI dalam membangun ekosistem layanan keuangan syariah yang inklusif, adaptif, dan berdaya saing di era ekonomi digital.



**Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi BYOND by BSI**  
Sumber: RILISID (2025)

Disamping keunggulan yang ditawarkan oleh BYOND by BSI, sebagai aplikasi yang baru dirilis, tidak dapat dipungkiri apabila aplikasi ini masih sering mengalami gangguan, contohnya seperti kesulitan login, fitur yang tidak responsif, hingga kegagalan transaksi. Gangguan ini menimbulkan keresahan di kalangan nasabah dan viral di media sosial, bahkan menyebabkan terganggunya layanan transaksi secara nasional. Permasalahan tersebut tidak hanya menurunkan kepuasan pengguna (*e-satisfaction*), tetapi juga berdampak pada menurunnya minat nasabah untuk terus menggunakan layanan secara berkelanjutan (*continuance intention*).

Fenomena diatas menjadi landasan penting bagi peneliti untuk melakukan kajian mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk terus menggunakan layanan *BYOND by BSI*, khususnya dalam situasi di mana sistem masih mengalami ketidakstabilan. Meskipun gangguan teknis dan ketidakstabilan layanan dapat menurunkan kepuasan serta niat keberlanjutan pengguna, hal tersebut tidak secara otomatis menyebabkan seluruh nasabah menghentikan penggunaan *BYOND by BSI*. Dalam konteks layanan keuangan syariah, nilai-

nilai religiusitas sering kali memegang peranan penting dalam keputusan nasabah. Religiusitas, yang merujuk pada tingkat komitmen individu terhadap keyakinan agama, dapat memperkuat niat berkelanjutan meskipun terdapat kendala teknis. Studi terkait penggunaan layanan keuangan syariah mengindikasikan bahwa religiusitas secara signifikan meningkatkan *continuance intention*, dimana nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung mempertahankan penggunaan layanan yang sejalan dengan prinsip keagamaan mereka (Lestari *et al.*, 2025).

Penelitian oleh Dahlan (2025) juga menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan berkelanjutan nasabah bank syariah, yang berarti bahwa religiusitas tidak hanya memengaruhi keputusan awal dalam memilih layanan, tetapi juga mendorong nasabah untuk tetap setia meskipun layanan menghadapi berbagai tantangan. Selain faktor nilai seperti religiusitas, keberlanjutan penggunaan layanan digital juga dipengaruhi oleh variabel-variabel perilaku teknologi yang telah banyak dibuktikan dalam penelitian sistem informasi

. Evaluasi pengguna terhadap pengalaman dan kepuasan selama berinteraksi dengan layanan digital menjadi aspek penting yang menentukan niat keberlanjutan tersebut, sebagaimana dijelaskan dalam model-model teoretis seperti *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang dikemukakan oleh Bhattacharjee (2001). Oleh karena itu, analisis mengenai niat pengguna untuk terus menggunakan BYOND by BSI perlu mempertimbangkan keterkaitan antara

religiusitas dan faktor-faktor perilaku teknologi tersebut. Sebagai kerangka teoretis yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku keberlanjutan penggunaan teknologi, *Expectation Confirmation Model* (ECM) menegaskan bahwa niat pengguna untuk terus menggunakan suatu layanan dibentuk melalui penilaian mereka terhadap pengalaman penggunaan sebelumnya.

Model ini memusatkan perhatian pada peran *Confirmation* (konfirmasi harapan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dalam membentuk *continuance intention* (niat berkelanjutan). *E-satisfaction* (kepuasan digital) berfungsi sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara *confirmation* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Dengan demikian, model ini menyatakan bahwa kepuasan digital menjadi mekanisme penting yang menghubungkan sejauh mana harapan yang dikonfirmasi serta persepsi kegunaan dapat memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan layanan secara berkelanjutan.

Dalam sistem layanan digital, *continuance intention* atau keinginan pengguna untuk terus menggunakan suatu layanan menjadi indikator krusial dalam mengukur keberhasilan implementasi teknologi tersebut. Salah satu faktor utama yang memengaruhi niat ini adalah pengalaman pengguna sebelumnya, terutama yang berkaitan dengan kepuasan digital (*e-satisfaction*), yakni tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen selama berinteraksi dengan layanan berbasis digital. Ketika pengguna merasa puas atas layanan yang diterima, maka kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut akan

meningkat. Hasil penelitian dari Toli & Bharata (2024) menguatkan pernyataan tersebut dengan menunjukkan bahwa kepuasan berperan signifikan dalam mempengaruhi niat penggunaan layanan secara berkelanjutan. Namun, temuan ini berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Lestari (2020), yang menyatakan bahwa kepuasan tidak selalu menjadi faktor utama dalam mendorong niat untuk menggunakan kembali layanan digital. Dalam konteks tersebut, *e-satisfaction* tidak hanya dipahami sebagai hasil evaluasi pengguna terhadap pengalaman layanan digital, tetapi juga memiliki posisi strategis sebagai variabel mediasi dalam kerangka *Expectation Confirmation Model* (ECM).

Sebagai evaluasi afektif yang muncul setelah pengguna membandingkan harapan awal dengan kinerja aktual layanan, *e-satisfaction* menjadi mekanisme psikologis yang menjelaskan bagaimana *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *confirmation* (konfirmasi) pengalaman diterjemahkan menjadi niat untuk terus menggunakan layanan. Oleh karena itu, penempatan *e-satisfaction* sebagai mediator dalam penelitian ini dianggap relevan untuk menggambarkan proses pembentukan *continuance intention* secara lebih komprehensif pada pengguna BYOND by BSI.

Salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pengguna adalah *perceived usefulness*, yaitu persepsi individu mengenai sejauh mana sebuah sistem digital mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan aktivitas keuangan mereka. Ketika pengguna merasakan manfaat nyata dari suatu layanan, maka tingkat kepuasan pun cenderung meningkat. Hal ini diperkuat oleh

penelitian dari Ginting et al, (2023) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pengguna. Namun, temuan berbeda disampaikan oleh Fahmi (2020), yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat belum tentu secara langsung mendorong terbentuknya kepuasan, sehingga perlu dikaji lebih lanjut, khususnya dalam konteks perbankan syariah digital.

Selain memengaruhi kepuasan, *perceived usefulness* juga diyakini berperan besar dalam membentuk *continuance intention*. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna mempertahankan penggunaan layanan secara berkelanjutan. Hal ini didukung oleh temuan dari Dhia & Kholid (2021), dimana *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Meski demikian, temuan berbeda dilaporkan oleh (Indah, 2023; Utami, 2022) yang berpendapat bahwa manfaat yang dirasakan tidak selalu berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Ketidaksesuaian ini menunjukkan bahwa keterkaitan antara persepsi manfaat, kepuasan, dan keberlanjutan penggunaan masih menjadi isu terbuka yang patut diteliti lebih mendalam.

Di sisi lain, faktor *confirmation* atau konfirmasi terhadap ekspektasi pengguna juga turut berperan penting dalam membentuk persepsi manfaat dan kepuasan. Konfirmasi ini muncul saat kualitas layanan sesuai atau bahkan melebihi harapan pengguna, sedangkan *disconfirmation* terjadi ketika harapan tersebut tidak terpenuhi. Penelitian oleh Andrew (2022) dan Catherine (2023)

mengungkapkan bahwa konfirmasi ekspektasi memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat dan tingkat kepuasan pengguna. Sebaliknya, studi yang dilakukan oleh Valentino (2021) dan Widayani (2023) menemukan bahwa konfirmasi ekspektasi tidak memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan, bahkan berpotensi menimbulkan efek negatif apabila ekspektasi pengguna tidak terpenuhi. Hal ini misalnya terjadi pada layanan *mobile payment*, yang dalam praktiknya masih belum mampu memenuhi standar atau harapan sebagian besar penggunanya.

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, *Expectation Confirmation Model* (ECM) telah banyak digunakan untuk menjelaskan *continuance intention* dalam berbagai konteks layanan digital. Namun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya inkonsistensi dalam kekuatan dan signifikansi pengaruh antarvariabel dalam model tersebut, baik pada hubungan antara *confirmation*, *perceived usefulness*, maupun *satisfaction* terhadap *continuance intention*. Variasi temuan ini menunjukkan bahwa mekanisme pembentukan niat keberlanjutan masih memerlukan pengujian lebih lanjut dalam konteks yang berbeda.

Dalam model yang dikemukakan oleh Bhattacharjee (2001), *satisfaction* menempati posisi sentral sebagai konsekuensi dari *confirmation* dan *perceived usefulness* serta sebagai determinan utama *continuance intention*. Meskipun model tersebut tidak secara eksplisit merumuskan pengujian mediasi, secara konseptual *satisfaction* berfungsi sebagai mekanisme intervening yang

menjelaskan transformasi evaluasi kognitif menjadi keputusan perilaku. Dalam konteks layanan digital, konstruk *satisfaction* tersebut dikembangkan menjadi *e-satisfaction* untuk merepresentasikan tingkat kepuasan pengguna terhadap pengalaman penggunaan layanan berbasis elektronik. Seiring perkembangan penelitian empiris, sejumlah studi menguji peran *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi secara lebih eksplisit dalam memperjelas hubungan tidak langsung antara *confirmation* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Namun demikian, hasil yang diperoleh masih menunjukkan variasi dalam besaran dan konsistensi pengaruh tidak langsung tersebut.

Secara teoritis, pembentukan *continuance intention* merupakan keputusan perilaku yang tidak terbentuk secara langsung dari evaluasi kognitif semata. *Confirmation* dan *perceived usefulness* merepresentasikan penilaian rasional terhadap kinerja dan manfaat layanan, sedangkan *religiousity* merefleksikan kesesuaian layanan dengan nilai-nilai yang dianut pengguna. Transformasi dari evaluasi rasional dan nilai tersebut menuju keputusan keberlanjutan penggunaan memerlukan respons afektif sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani proses tersebut. Dalam konteks layanan digital, respons afektif tersebut direpresentasikan melalui *e-satisfaction*. Dengan demikian, *e-satisfaction* diposisikan sebagai variabel mediasi yang secara konseptual menjelaskan bagaimana evaluasi kognitif dan kesesuaian nilai berkontribusi terhadap terbentuknya *continuance intention*. Dalam konteks perbankan digital berbasis syariah, *religiousity* juga menjadi faktor yang relevan karena keputusan

penggunaan layanan tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan utilitarian, tetapi juga oleh kesesuaian dengan nilai-nilai agama yang dianut pengguna. Namun demikian, integrasi religiusitas ke dalam kerangka ECM, khususnya dalam menjelaskan proses pembentukan *e-satisfaction* dan *continuance intention* secara simultan pada layanan BYOND by BSI, masih relatif terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dipandang penting untuk dilakukan guna menguji secara empiris peran *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi dalam menjelaskan mekanisme pembentukan *continuance intention* pada pengguna BYOND by BSI. Penelitian ini dirumuskan dalam judul “**Analisa Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berkelanjutan dalam Penggunaan Layanan BYOND by BSI Menggunakan Metode *Expectation Confirmation Model* (ECM)**” yang diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model ECM dalam konteks layanan keuangan digital berbasis syariah.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah *confirmation* (konfirmasi harapan) berpengaruh terhadap *perceived usefulness* (persepsi manfaat) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
2. Apakah *confirmation* (konfirmasi harapan) berpengaruh terhadap *e-satisfaction* (kepuasan digital) dalam penggunaan layanan BYOND by BSI.

3. Apakah *perceived usefulness* (persepsi manfaat) berpengaruh terhadap *continuance intention* (intensi berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
4. Apakah *perceived usefulness* (persepsi manfaat) berpengaruh terhadap *e-satisfaction* (kepuasan digital) layanan BYOND by BSI.
5. Apakah *e-satisfaction* (kepuasan digital) berpengaruh terhadap *continuance intention* (niat berkelanjutan) dalam penggunaan layanan BYOND by BSI.
6. Apakah *religiousity* (religiusitas) berpengaruh terhadap *continuance intention* (niat berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
7. Apakah *e-satisfaction* (kepuasan digital) memediasi hubungan antara *confirmation* (konfirmasi harapan) dan *continuance intention* (niat berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
8. Apakah *e-satisfaction* (kepuasan pengguna) memediasi hubungan antara *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *continuance intention* (niat berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh *confirmation* (konfirmasi harapan) terhadap *perceived usefulness* (persepsi manfaat) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
2. Untuk menganalisis pengaruh *confirmation* (konfirmasi harapan) terhadap *e-satisfaction* (kepuasan digital) pada layanan BYOND by BSI.

3. Untuk menguji pengaruh *perceived usefulness* (persepsi manfaat) terhadap *continuance intention* (niat berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
4. Untuk menjelaskan pengaruh *perceived usefulness* (persepsi manfaat) terhadap *e-satisfaction* (kepuasan digital) pada layanan BYOND by BSI.
5. Untuk menganalisis pengaruh *e-satisfaction* (kepuasan digital) terhadap *continuance intention* (niat berkelanjutan) dalam penggunaan layanan BYOND by BSI.
6. Untuk menguji pengaruh religiusitas *religiousity* (religiusitas) terhadap *continuance intention* (niat berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
7. Untuk menganalisis peran *e-satisfaction* (kepuasan digital) sebagai mediator dalam hubungan antara *confirmation* (konfirmasi harapan) dan *continuance intention* (niat berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.
8. Untuk menganalisis peran *e-satisfaction* (kepuasan digital) sebagai mediator dalam hubungan antara *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *continuance intention* (niat berkelanjutan) pada penggunaan layanan BYOND by BSI.

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

Berdasarkan kepada arah riset yang telah dipaparkan sebelumnya, maka manfaat dari pada riset ini, yaitu:

## 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang manajemen pemasaran dan sistem informasi yang berfokus pada layanan keuangan syariah. Dengan mengkaji hubungan antara *Religiosity* (religiusitas), *Confirmation* (konfirmasi harapan), *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat), *e-satisfaction* (kepuasan elektronik), dan *continuance intention* (niat berkelanjutan) studi ini menawarkan pemahaman baru mengenai perilaku pengguna dalam memanfaatkan layanan perbankan digital berbasis syariah. Selain memperkaya literatur yang relevan, temuan penelitian ini juga dapat menjadi landasan teoritis bagi penelitian selanjutnya yang tertarik pada keberlanjutan penggunaan layanan digital dalam ekosistem keuangan syariah yang terus berkembang pesat.

## 2. Manfaat Praktis

Dari perspektif praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan strategis bagi manajemen Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam melakukan evaluasi dan pengembangan layanan *BYOND by BSI* secara lebih efektif. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai factor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna, BSI dapat mengidentifikasi area layanan yang memerlukan perbaikan, baik dari segi aspek teknis, fungsionalitas, maupun kesesuaian dengan ekspektasi pengguna. Temuan ini juga dapat dimanfaatkan oleh para pengembang aplikasi digital lainnya sebagai dasar dalam merancang pengalaman pengguna (*user experience*) yang lebih relevan dan berorientasi pada kebutuhan pengguna,

sehingga dapat mendorong penggunaan berkelanjutan di tengah percepatan transformasi digital saat ini.

### **E. Sistematika Penulisan**

Struktur penulisan dalam kajian penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling terkait, yang secara keseluruhan memberikan gambaran umum serta rincian mendalam mengenai penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika pembahasan yang akan dijelaskan dalam studi ini.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab kedua berisi kerangka teori yang mendasari penelitian, mencakup teori-teori relevan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian. Selain itu, bab ini menjelaskan teori dari setiap variabel yang digunakan, tinjauan penelitian terdahulu, serta pengembangan hipotesis berdasarkan diskusi teori dan logika penelitian. Bab ini juga memaparkan model penelitian dan kerangka konseptual yang digunakan.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan secara rinci metode penelitian, termasuk rencana dan prosedur pelaksanaan yang digunakan untuk menguji hipotesis. Pembahasan meliputi jenis penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel beserta teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang diterapkan.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, peneliti menyajikan temuan hasil penelitian secara deskriptif dan analitis. Bab ini terdiri dari subbab yang memaparkan eksplorasi data, hasil analisis, serta memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, kontribusi yang diberikan kepada pemangku kepentingan, keterbatasan yang ditemukan selama penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi berkelanjutan dalam penggunaan layanan BYOND by BSI pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan pendekatan *Expectation Confirmation Model* (ECM), dapat disimpulkan bahwa *confirmation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *e-satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara harapan awal pengguna dan kinerja aktual layanan mampu meningkatkan persepsi manfaat serta kepuasan digital.

Selanjutnya, *perceived usefulness* juga terbukti berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction* dan *continuance intention*, yang mengindikasikan bahwa manfaat nyata berupa kemudahan, efisiensi, dan efektivitas transaksi menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan sekaligus mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Selain itu, *e-satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga kepuasan digital menjadi determinan utama dalam mempertahankan penggunaan layanan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *religiousity* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*, yang berarti bahwa kesesuaian layanan dengan prinsip-prinsip syariah turut memperkuat komitmen pengguna untuk tetap menggunakan BYOND by BSI. Lebih lanjut, *e-satisfaction* terbukti memediasi pengaruh *confirmation* dan

*perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Temuan ini menegaskan bahwa evaluasi kognitif atas kinerja dan manfaat layanan tidak secara langsung membentuk niat berkelanjutan, melainkan terlebih dahulu diterjemahkan menjadi respons afektif berupa kepuasan digital. Dengan demikian, keberlanjutan penggunaan BYOND by BSI ditentukan oleh sinergi antara kesesuaian harapan, persepsi manfaat, kepuasan pengguna, dan nilai religius yang dianut.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan upaya yang optimal dalam setiap tahapan, mulai dari perancangan hingga analisis data, agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Namun demikian, sebagai penelitian empiris, studi ini tetap memiliki keterbatasan yang perlu dipahami secara proporsional, yaitu sebagai berikut:

### 1. Keterbatasan cakupan dan karakteristik responden.

Penelitian ini hanya melibatkan pengguna aplikasi BYOND by BSI yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Karakteristik sosial, budaya, tingkat literasi digital, serta preferensi keuangan masyarakat di wilayah ini dapat berbeda dengan daerah lain di Indonesia. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi dan belum sepenuhnya merepresentasikan perilaku seluruh pengguna BYOND secara nasional.

### 2. Keterbatasan model konseptual yang digunakan

Model penelitian ini dikembangkan berdasarkan *Expectation Confirmation Model* (ECM) dengan penambahan variabel religiusitas serta e-

satisfaction sebagai variabel mediasi. Walaupun seluruh hubungan antarvariabel menunjukkan hasil yang signifikan, model ini masih berpotensi dikembangkan lebih lanjut dengan memasukkan variabel lain yang relevan, seperti kualitas sistem, kemudahan penggunaan, persepsi risiko, atau faktor kepercayaan, yang kemungkinan juga berkontribusi terhadap terbentuknya *continuance intention* pengguna layanan digital syariah

### C. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan sejumlah rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan kinerja Bank Syariah Indonesia, serta menjadi bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas penelitian di masa mendatang. Adapun saran dan rekomendasi yang dapat disampaikan berdasarkan temuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Bagi Praktisi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *confirmation*, *perceived usefulness*, *e-satisfaction*, dan *religiosity* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Oleh karena itu, pihak manajemen BYOND by BSI perlu terus meningkatkan stabilitas sistem dan meminimalkan gangguan teknis yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Selain itu, penguatan fitur yang memberikan manfaat nyata, kemudahan penggunaan, serta transparansi kesesuaian layanan dengan prinsip syariah perlu dipertahankan

dan ditingkatkan guna memperkuat kepuasan digital dan mendorong penggunaan berkelanjutan.

## 2. Bagi Regulator

Regulator diharapkan dapat mendorong peningkatan standar kualitas layanan digital perbankan syariah, khususnya dalam aspek keamanan sistem, perlindungan data nasabah, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dukungan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial akan membantu menciptakan ekosistem layanan keuangan digital syariah yang lebih terpercaya dan berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pengguna.

## 3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan karakteristik responden agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih luas. Selain itu, pengembangan model dengan menambahkan variabel lain seperti trust, perceived risk, atau kualitas layanan digital dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi berkelanjutan dalam konteks layanan keuangan digital berbasis syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*. Retrieved from <https://ejournal.isnjbengkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/279/249>
- Al-Hattami, H. M. (2021). Determinants of intention to continue usage of online shopping under a pandemic: COVID-19. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1936368. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1936368>
- Andini, A. P., & Indrarini, R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Masyarakat Pedesaan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 158–171. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n2.p158-171>
- Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/4441601/bsi-jamin-keamanantransaksi-digital-pada-super-apps-baru-byond>
- Arbaien, M. F. N., Nurkaromah, S. R., Sutarman, S., & Apriyani, H. (2025). Penerimaan dan Penggunaan SuperApp BYOND BSI: Ekstensi Teori Technology Acceptance Model. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 8(2), 90–103. <https://doi.org/10.32627/maps.v8i2.1190>
- Alfiyaturrahmah, N., Pramesti, R., & Kurniawati, D. (2026). The role of perceived usefulness and satisfaction in explaining continuance intention of digital banking services. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 8(1), 45–58
- Bai, Q., Wang, X., & Zhang, Y. (2022). Understanding continuance intention toward mobile banking applications: An expectation confirmation model perspective. *Sustainability*, 14(7), 3982.

- Badreswari, N. (2025). Determinants of continuance intention in digital financial services: The mediating role of customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6(2), 88–101.
- Bhatnagr, P., & Anupama Rajesh. (2024). Artificial Intelligence Features and Expectation Confirmation Theory in Digital Banking Apps: Gen Y and Z Perspective. *emerald publishing*.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information System Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *Management Information System Research Center*.
- Bhayangkara. (2025). Transformasi Digital Perbankan Syariah: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*.
- Catarina Cori P, A. I. (Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual). Model Perilaku Niat Berkelanjutan Adopsi Mobile Payment UMK di Jawa Timur.
- Catherine, C., & Tjokrosaputro, M. (2023a). Pengaruh Perceived Usefulness dan Confirmation terhadap Continuance Intention Pembelian Tiket Maskapai LCC: Dengan Satisfaction sebagai Mediator. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 383–391. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23408>
- Catherine, C., & Tjokrosaputro, M. (2023b). Pengaruh Perceived Usefulness dan Confirmation terhadap Continuance Intention Pembelian Tiket Maskapai LCC: Dengan Satisfaction sebagai Mediator. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 383–391. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23408>

- Dahlan, R., Susanto, E., Fauzi, A., & Fauzi, M. (t.t.). *Is the Continuity of Islamic Banking Usage Related to Customer Religiosity?*
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>
- Dhia, A. W., & Kholid, M. N. (2021). Explaining E-Wallet Continuance Intention: A Modified Expectation Confirmation Model. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 287. <https://doi.org/10.24252/minds.v8i2.23592>
- ENO. (2025). *Aplikasi BYOND Alami Gangguan, Begini Respons BSI*. Jakarta: RILISID.
- Devi, S. (2020). The influence of perceived usefulness on user satisfaction in digital service applications. *Journal of Information Systems Research*, 9(2), 115–124.
- Erlangga Dwi Putra, S. A. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, dan Satisfaction terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation Model (ECM). *urnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*. Retrieved from <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/1051>
- Fajarihza, R. (2025). *BSI (BRIS) Bidik 10 Juta Pengguna Aplikasi BYOND pada 2025*. Bisnis.Com.

- Faizah, N., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Faktor-faktor yang memengaruhi continuance intention melalui e-satisfaction sebagai variabel intervening pada aplikasi tanda tangan digital (Studi kasus PrivyID). *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 467–492.
- G, E. (2023). Examining The Determinants of the Customer's Continuance Intention in Mobile Banking : Integrating ECM and D&M model. *Papers on Social Science*. Retrieved from <https://doi.org/10.56337/sbm.1350089>
- Ginting, R., Syarifuddin, Soeprapto, A., Akhirianto, P. M., & Widya Adnyani, L. P. (2023). Analysis of Factors That Influence Continuance Use Intention of Mobile Banking Users Using Expectation Confirmation Model. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 229–234. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i4.443>
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B.J., & Andreson, R.E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Neuromarketing in india: Understanding the indian Consumer*. British Library. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Hair, J. F. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth edition). Cengage.
- Hair, J.F.Jr., Black, E.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis* 7<sup>th</sup> ed). Upper SaddleRiver, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

- Halimah, N., Martaseli, E., & Sophan, I. (2025). *Efektivitas Penggunaan Sistem Informasi BSI MOBILE dan BYOND BY BSI Dalam Meningkatkan Layanan Perbankan (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Sukabumi)*. 10(4).
- Hamid, N., Maksar, M. S., Swastika, Y., & Tenripadang, A. M. Z. (2025). An Analysis of the Continuance Intention of QRIS Users in Southeast Sulawesi Using the Expectation Confirmation Model (ECM). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 68–78. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i1.15557>
- Hari, A. H., Amelia, R. W., & Haris, A. (2025). The Influence Of Customer Religiosity Commitment On Continuance Intention Of Sharia Mobile Banking With Trust In Mobile Banking As A Mediator Among Millennial Generation In Klaten Regency. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(03). <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/17121>
- Harry Jundrio, R. D. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Time Saving Terhadap Continuous Usage Intention Dengan Attitude Towards Mobile Apps Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19. *Masarin*.
- Hari, S., Wibowo, A., & Purnama, T. (2025). Religiosity and continuance intention in Islamic banking: Empirical evidence from Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 67–84.
- Hassan, M., Kazmi, S., Rehman, M. A., Amaad, H., & Padlee, S. F. (2021). The Online Shoppers' Behavioral Intentions, E-Satisfaction, the Pathway to Repurchase

- Behavior: A Quantitative Analysis. *Studies of Applied Economics*, 39(4).  
<https://doi.org/10.25115/eea.v39i4.4493>
- Hidayat, A. (2022). Effect of Perceived Risk and Expectation Confirmation Model on Purchase Intention Through McDonald's App. *Archives of Business Research*, 10(2), 110–122. <https://doi.org/10.14738/abr.102.11824>
- Ihsan, M., Rahmawati, A., & Wibowo, A. (2026). The effect of perceived usefulness and service quality on continuance intention in digital banking services. *Journal of Islamic Financial Technology*, 4(1), 21–35
- Iskandar, E. (2023). Exploring The Impact Of Islamic Banking On Economic Growth: a Riview Study Of Conventional And Islamic Banking Systems. *International Journal of Management, Economic, Business and Accounting (IJMEBA)*, 2.  
 Retrieved from  
<https://portal.xjurnal.com/index.php/ijmeba/article/view/47>
- Indana, R. (2020). Effect of customer value and satisfaction on customer loyalty: Evidence on Indonesian Islamic bank. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 413–422. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2020.4.1.1248>
- Ismail, R. (2024). *Academia.edu*. Retrieved from Transformasi Peran dan Tantangan Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Perkembangan Digitalisasi di Era 5.0.
- Jane Sinclair, D.-F. M. (2020). Evaluating E-learning systems success: An empirical study. *Computers in human behavior*. Retrieved from  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.015>

- Janfry Sihite, M. F. (2024). Analysis Of The Effect of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness and Perceived Security On Intention to Use Brimo Mobile Banking With Trust as Mediation. *Indonesian Journal Of Business Analytics*, 4. Retrieved from <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i1.8122>
- Joni Hendra, D. U. (2025). Digitalisasi dan Kepuasan Nasabah: Bagaimana Bank Syariah Beradaptasi di Era Society 5.0?
- Keni, D. (2021). Confirmation, Service Quality, Dan Quality Of Personalization Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*
- Kurniawan, A., Hidayat, A., & Andika, B. T. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Dompot Digital. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAAM)*, 1(3), 71–84. <https://doi.org/10.63901/ijebam.v1i3.17>
- Lestari, D. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Risk Terhadap Continuance Intention dalam Penggunaan Aplikasi Dompot Digital DANA di DKI Jakarta. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*.
- Lestari, D. M., Furwanti, R., & Masri, S. (2025). Understanding Islamic Banking Usage Continuance in Indonesia: A Relevance of Religiosity Perspective. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 5(1), 109–136. <https://doi.org/10.21154/invest.v5i1.10420>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. 16(1), 40–59.

- Miharni Tjokrosaputro, C. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness dan Confirmation terhadap Continuance Intention Pembelian Tiket Maskapai LCC: Dengan Satisfaction sebagai Mediator. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*
- Murti, N. S., & Puspawati, D. (2024). The influence of perceived confirmation and perceived usefulness on continuance intention to use mobile banking with satisfaction as a mediating variable in Generation Z in Indonesia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1), 455–466.
- Nurbaiti, Y. S. (2024). Optimalisasi Penggunaan Mobile Banking Syariah Bagi Nasabah: Analisis Jaringan Untuk Meningkatkan Efisiensi. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*.
- Nurlita, R., & Rindang Matoati, R. (2024). Analisis Niat Penggunaan Berkelanjutan Pengguna Mobile Banking XYZ di Jabodetabek Menggunakan Expectation Confirmation Model(ECM). *Jurnal Manajemen*.
- Nurmajid, D. N., Fitriati, A., Dirgantari, N., & Winarni, D. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keandalan Dan Religiusitas Pada Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 9(2), 127–141. <https://doi.org/10.30997/jn.v9i2.12893>
- Nurhidayah, L., & Puspawati, D. (2025). Faktor yang mempengaruhi niat berkelanjutan untuk menggunakan mobile banking dilihat dari perspektif expectation confirmation model. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(1), 1098–1112. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i1.6535>

- Nugroho, S. (2023). The influence of perceived usefulness and trust on continuance intention in mobile banking services. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(2), 134–145.
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022a). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknik Industri*, 24(1), 13–22. <https://doi.org/10.9744/jti.24.1.13-22>
- Permadi, N. D. P., & Andjarwati, A. L. (2025). The Role of Satisfaction in Mediating the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention of Kereta Api Indonesia Access Application. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(4), 2225–2244. <https://doi.org/10.55927/ijbae.v4i4.223>
- Prasetyo, A. (2024). Understanding Information System Continuance Intention In The Indonesian Public Sector. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(3). <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.26325>
- Pratama, R., & Wijaya, A. (2023). The influence of customer satisfaction on continuance intention in digital banking services. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Digital*, 5(2), 112–124.
- Purbasari, L. T., Ratnasari, R. T., & Rahman, A. A. (2022). Digital Wallet Adoption For Repeat Infaq Payment: Integrating Religiosity – Intention Model. *Jurnal Syariah*, 30(1), 34–75. <https://doi.org/10.22452/syariah.vol30no1.2>

- Putra, E. D., Athaullah, S., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, dan Satisfaction terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation Model (ECM). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 13(1), 1–19. <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1051>
- Putri, D. (2022). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan aplikasi e filling. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2021). Factors influencing customers' intention to continue using internet banking: An integrated model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 26(1), 1–17.
- Rahmad Solling Hamid, L. I. (2020). Analisis Tingkat Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali Layanan Transportasi Online Di Era Pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Retno Ardianti,, R. (2022). Perceived playfulness, perceived usefulness, confirmation dan continuance intention pada layanan video on demand: satisfaction sebagai mediasi. *MBR (Management and Business Review)*.
- Retno Widiastuti, T. (2024). The Influence of Percieved Usefulness, Percieved Ease Of Use, and Percieved Risk On The Level of Customer Satisfaction in Using Internet Banking. *IJESSS: International Journal Of Environmental, Sustainability and Social Science*. Retrieved from <https://doi.org/10.38142/ijesss.v5i1.984>

- Rahmawati, N., & Nugroho, A. (2023). Determinants of perceived usefulness in digital financial services. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 27(2), 312–320. Putri, D. A., & Santoso, B. (2021). Factors affecting perceived usefulness in mobile banking adoption. *International Journal of Business and Technology Management*, 3(2), 45–54.
- Riza, A. F. (2017). Skeptisme nasabah terhadap klaim syariah dari perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 5(2), 66–74.
- Rojuaniah, S. (2023). Pengaruh enjoyment dan persepsi kegunaan terhadap continuance intention pada layanan over the top lokal. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*.
- Rosmayati, S., & Amelia, R. (n.d.). Marketing Strategy of Beyond By BSI Application to Increase Users Case Study of PT. Bank Syariah Indonesia KCP Astana Anyar Bandung. 2025.
- Saipul Al Sukri., D. ., (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*.
- Saibil, D. I. (2025). E-loyalty in Islamic mobile banking: Mediating role of e-satisfaction. *Elqish: Journal of Islamic Economics*, 5(2), 101–111. <https://doi.org/10.33830/elqish.v5i2.13560.2025>
- Saleh Alkhabra, S. (2025). Modelling the effects of self-regulation, perceived usefulness, confirmation and satisfaction on the continuous intention to utilise mobile

- learning applications. *Frontiers in Education*. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1506185>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (Seventh edition). John Wiley & Sons
- Shizhen Bai, Q. C. (2022). Evaluating the couriers' experiences of logistics platform: The extension of expectation confirmation model and technology acceptance model. *Frontiers*. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.998482>
- Simbolon, F. P., & Klesia, E. (2024). Exploring the Impact of Confirmation, Perceived Usefulness, and Perceived Risk on User Satisfaction and Continuance Intention of Paylater Users. *Binus Business Review*, 15(3), 251–260. <https://doi.org/10.21512/bbr.v15i3.11829>
- Suhermin, R. (2024). Factors Influencing Continuation Intention Of Mobile Banking Usage: Extending Expectancy Confirmation Model (ECM) and Artificial Intelligence (AI) With Security As Moderation. *STIESIA: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya*.
- Susilawati, D. A. (2024). Analisis Faktor Yang mempengaruhi Continuance Intention Pada Layanan BSI Mobile dengan Expectation-Confirmation Model (ECM).
- Sugiharto, K., & Setiobudi, A. S. (2025). The influence of e-service quality on continuance intention with e-satisfaction as a mediator on Shopee application users. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 12(2), 1182–1202. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v12i2.61047>

- Syabrina Az-Jahra, N. A. (2024). Menelaah Tantangan Bank Syariah dalam Menghadapi Perkembangan di Era Digital. *Journal Of Waqf and Islamic Economic Philanthropy*
- Syarif Mumtaza Fahmi, J. d. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*.
- Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5>
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y.-M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159–205. <https://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005>
- Toli, G. T., & Bharata, W. (2024). Adaptasi Expectation Confirmation Model dalam Pengukuran Continuance Intention dengan Menggunakan E-Service Quality pada Pengguna MyBCA. *International Journal of Community Service Learning*, 8(4), 364–372. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v8i4.85244>
- Tyas, R. W., & Nurul Azizah. (2022). Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA Melalui Continuance Use Intention Dengan Expectation Confirmation Model. Retrieved from <https://doi.org/10.30630/jipb.v14i2.772>

YeonKyoung Kim, J. H.-D. (2023). Quality Factors That Influence the Continuance Intention to Use MOOCs.

Yusuf Muflikh Raharjo, S. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Mobile Users' Satisfaction dan Loyalty pada Aplikasi Go-Jek. *preprints*. Retrieved from <https://osf.io/preprints/osf/zpqmd> antaranews.com. (2024, November 4). *BSI jamin keamanan transaksi digital pada super apps baru BYOND*.