

ABSTRAK

Desta Maharani, 2026, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna M-Banking Byond BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah BSI Kota Tasikmalaya): Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Perkembangan digitalisasi mendorong perbankan untuk menggunakan layanan digital demi mempertahankan loyalitas pada nasabahnya. Bank syariah memanfaatkan digitalisasi tersebut dengan meluncurkan Byond by BSI untuk memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Namun berdasarkan hasil studi pengguna Byond di Tasikmalaya masih terdapat nasabah yang menggunakan mobile banking yang lain dan masih terdapat keluhan karena terjadinya *downtime*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna *mobile banking* Byond By BSI dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasinya adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Tasikmalaya. Pengambilan sampel menggunakan rumus Hair sehingga sampel berjumlah 200 nasabah BSI baik KC maupun KCP yang menggunakan Byond. Analisis data diolah menggunakan menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan *software* SmartPLS 4.0

Hasil penelitian ini adalah persepsi kemudahan (X_1), persepsi manfaat (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas (Y), sementara itu persepsi kemudahan (X_1), persepsi manfaat (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Z), kepuasan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y), dan Kepuasan (Z) mampu berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara persepsi kemudahan (X_1), persepsi manfaat (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap loyalitas (Y).

Penelitian ini diharapkan menjadi preferensi bagi pengguna Mobile Banking Byond menjadi referensi bagi pihak Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan teknologi pada aplikasi Mobile Banking Byond sebagai sarana transaksi keuangan.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas