

**DAMPAK *FINTECH* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA
BANK SYARIAH DI INDONESIA**



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

**OLEH :
ALIFARIN NAUFAL
NIM. 20108020091**

**PEMBIMBING:
DEFI INSANI SAIBIL, S.E.I., M.E.K
NIP. 19881204 201903 1 014**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2024**

**DAMPAK *FINTECH* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA
BANK SYARIAH DI INDONESIA**



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

**OLEH :
ALIFARIN NAUFAL
NIM. 20108020091**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**PEMBIMBING:
DEFI INSANI SAIBIL, S.E.I., M.E.K
NIP. 19881204 201903 1 014**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN



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-1430/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : DAMPAK *FINTECH* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALIFARIN NAUFAL
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020091
Telah diujikan pada : Senin, 19 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K
SIGNED

Valid ID: 66cc2c2243621



Penguji I
Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66d02cc17098d



Penguji II
Hasan Al Banna, SEI., M.E
SIGNED

Valid ID: 66d0367eda645



Yogyakarta, 19 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 66d03b561927d

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI PERBANKAN SYARIAH

Jl. Marsda Adisucipto Telp./Fax. (0274) 512840 YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

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

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama	:	Alifarin Naufal
NIM	:	20108020091
Judul Skripsi	:	Dampak <i>Fintech</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> Pada Bank Syariah Di Indonesia

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Binsis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang ilmu Ekonomi.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosayahkan. atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024
Pembimbing

Defi Insani Saibil, S.E.I.M.E.K
NIP: 19881204 201903 1 014

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifarin Naufal
NIM : 20108020091
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “*Dampak Fintech Terhadap Customer Retention Pada Bank Syariah Di Indonesia*” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan diuplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terjadi adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Dengan surat pernyataan ini saya buat agar di maklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024
Penyusun,



Alifarin Naufal
NIM. 20108020091

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Alifarin Naufal
Tempat dan Tanggal Lahir	: Marsawa, 10 Agustus 2000
NIM	: 20108020091
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat	: Telukkuantan, Pekanbaru, Riau
No. HP	: 085869550624

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024



Alifarin Naufal
Alifarin Nufal
NIM. 20108020091

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alifarin Naufal
NIM : 20108020091
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penulis menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta hak bebas royalti non eksklusif (*non exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Dampak *Fintech* Terhadap *Customer Retention* Pada Bank Syariah Di Indonesia”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024



Alifarin Naufal

NIM. 20108020091

MOTTO

Be proud of yourself



HALAMAN PEMBHASAN

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud syukur kepada Allah SWT Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya ini saya persembahkan untuk diri saya tercinta Terimakasih sudah berjuang, berusaha, dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini

Halaman persembahan ini juga saya tujukan kepada kedua orang tua saya, tiada kata yang dapat saya ucapkan selain berjuta-juta terimakasih kepada bapak Sudarwis dan ibu Zainatun yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama penulis menempuh pendidikan. Terimakasih juga teruntuk kedua adik saya tercinta Terimakasih banyak untuk semuanya yang telah mendukung dan menyemangati dalam perjuangan ini.

Terima Kasih

PEDOMAN LITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša'	Š	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hâ'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Žāl	Ž	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	Dâd	Ḍ	De (dengan titik di

			bawah)
ط	Tâ'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Aīn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mīm	M	‘em
ن	Nūn	N	‘en
و	Wāwu	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbūtâh* di akhir kata

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal atau berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam

bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
حِكْمَة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جِزْيَة	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كَرَامَة الْأَوْلِيَاء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + alif	Ditulis	A
جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I
كَرِيم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فُرُوض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>

قول	Ditulis	<i>Qaul</i>
-----	---------	-------------

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar dan tepat waktu sesuai dengan yang diharapkan.

Setelah melalui proses yang cukup panjang, dengan mengucapkan syukur tugas akhir ini dapat terselesaikan. Tugas akhir ini ditulis atas dasar semua yang penulis telah dapatkan selama mengikuti kegiatan belajar dan mengajar di Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta selama 4 tahun atau 8 semester. Penulisan tugas akhir ini merupakan rangkaian akhir dari proses belajar saya selama menjadi mahasiswa di program studi perbankan syariah. Tugas akhir ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan strata satu pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung serta memberikan bimbingan baik moral, material, ataupun spiritual sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
3. Dr. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga dan Dosen Pembimbing Akademik yang selalu menuntun, membimbing, dan memberi nasehat selama berada di kampus tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak ilmu serta motivasi kepada saya dalam melaksanakan proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
5. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menempuh bangku perkuliahan.
6. Seluruh Pegawai Staff Tata Usaga Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sudarwis dan Ibu Zainatun yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, doa, semangat dan telah menjadi sumber segalanya sampai saat ini kepada saya agar selalu bisa memberikan yang terbaik.
8. Untuk kedua adikku, Bafina Zuhurf Nurfuaida dan Ahmadi Tondar Faizudaroin yang telah menjadi support system saya selama proses penulisan skripsi ini dan juga telah banyak membantu baik secara moril dan tidak.
9. Kepada keluarga besar Bani Syamsudin, yang selalu memberikan dukungan baik dari segi moral maupun material serta doa yang tidak pernah putus kepada saya, sehingga penyusunan ini berjalan dengan baik
10. Sahabatku Lilik Rianita yang telah menemani saya dalam suka maupun duka dan menjadi saksi bertumbuhnya saya hingga saat ini. Terima kasih atas segala hiburannya bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
11. Teman-temanku, Nada Ervianti dan Evi Oktaria Sari yang selalu membantu mendorong penulis agar terus semangat dalam menjalani kehidupan perkuliahan dan membersamai proses penulis dari awal proposal sampai tugas akhir. Dan terima kasih atas waktu dan kenangan berharga di masa perkuliahan.
12. Kepada Ade Diaz, yang telah menyempatkan waktu dan memberikan masukan terkait skripsi penulis.

13. Kepada tetangga kos, mba Mika, Kak Putri, Novi, Putri yang telah menjadi saksi pengerjaan skripsi saya, terimakasih atas support, doa dan kebaikan yang telah diberikan kepada saya
14. Teruntuk kak nay, terimakasih sudah sering mengingatkan segala sesuatu yang baik
15. Teman-teman KKN 111 Besuki, Rohima, Rahma, Sabina, Farikha, Iim, Andin, Satrio, Afra, dan Hasan terima kasih untuk pengalaman pengabdian yang sangat berkesan dan penuh pembelajaran yang menyenangkan.
16. Terimakasih kepada anak-anak bulu saya, Oreo, Una, Uni, Meluna, Mili, mereka menjadi saksi perjalanan skripsi ini
17. Kepada seluruh teman-teman program studi Perbankan Syariah Angkatan 2020 yang selalu mendoakan, memberikan semangat serta masukannya.
18. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan guna menjadi bahan yang membangun bagi kemampuan analisis maupun menulis dari penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, baik sebagai refrensi maupun sebagai perbaikan laporan lain.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024
Hormat Saya,



Alifarin Naufal
20108020091

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	vi
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PEMBAHASAN.....	ix
PEDOMAN LITERASI ARAB LATIN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Perbankan Syariah.....	17
2. Fintech.....	19
3. Customer Retention.....	22
4. Payment (pembayaran).....	26
5. Service Quality	29

6. Financing	33
7. Compliance.....	34
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Pengembangan Hipotesis	42
D. Kerangka Teoritik	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Jenis penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel	45
C. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	47
D. Definisi Operasional Variabel.....	48
E. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum.....	56
B. Karakteristik Responden Penelitian.....	57
C. Analisis Statistik Deskriptif.....	66
BAB V PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Keterbatasan dan Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jumlah Pengunduh Mobile Banking Syariah.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	48
Tabel 3.2 Operasional Variabel	49
Tabel 3.3 Rangkuman Kriteria Penerimaan Outer Model dan Inner Mode.....	54
Tabel 4.1 Jumlah sampel.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah berdasarkan Provinsi	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	62
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah berdasarkan Jumlah Pendapatan Per Bulan	63
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Mobile Banking Syariah Yang Digunakan.....	64
Tabel 4.9 Karakteristik Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Lama Pemakaian....	65
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	67
Tabel 4.11 Skala Penilaian Deskriptif	69
Statistik 4.12 Deskriptif Variabel Payment.....	69
Statistik 4.13 Deskriptif Variabel Service Quality.....	70
Statistik 4.14 Deskriptif Variabel Financing.....	71
Statistik 4.15 Deskriptif Variabel Compliance	72
Statistik 4.16 Deskriptif Variabel Customer Retention	73
Tabel 4.17 Item Pertanyaan Variabel Payment dan Frekuensi Jawaban	73
Tabel 4.18 Item Pertanyaan Variabel Service Quality dan Frekuensi Jawaban	74
Tabel 4.19 Item Pertanyaan Variabel Financing dan Frekuensi Jawaban	75

Tabel 4.20 Item Pernyataan Variabel Compliance dan Frekuensi Jawaban	76
Tabel 4.21 Item Pernyataan Variabel Customer Retention	77
Tabel 4.22 Loading Factor	79
Tabel 4.23 Hasil Nilai Cross Loading.....	81
Tabel 4.24 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha (CA)	82
Tabel 4.25 Ukuran Model Fit.....	84
Tabel 4.26 Hasil Nilai R-Square	84
Tabel 4.27 Hasil Nilai Q Square	85
Tabel 4.28 Hasil Path Coefficient.....	86
Tabel 4.29 Rekapitulasi Responden Variabel Payment	88
Tabel 4.30 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Service Quality	92
Tabel 4.31 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Financing	97
Tabel 4.32 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Compliance	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah <i>Digital Payment System</i>	5
Gambar 1.2 Persentase Ekosistem Pengguna <i>Fintech</i> Di Indonesia Tahun 2023 .	10
Gambar 4.1 <i>Outer Model Penelitian</i>	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	123
Lampiran 2 Data Responden.....	129
Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS 3 3.....	145
Lampiran 4 Curriculum Vitae	149



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak *fintech* pada retensi pelanggan di bank-bank syariah di Indonesia karena semakin pesatnya perkembangan *fintech*, bank-bank syariah menghadapi tantangan dan peluang baru dalam mempertahankan nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non *probability sampling* dan *convenience sampling*. Penelitian ini melibatkan 288 responden dari beberapa kota di Indonesia. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS 3. Sebanyak 2 dari 4 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi *fintech*, seperti aplikasi *mobile banking* telah meningkatkan retensi nasabah melalui pembiayaan dan kepatuhan. Namun pembayaran dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap retensi nasabah di bank-bank syariah di Indonesia. Selanjutnya, implikasi pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi industri bank-bank syariah di Indonesia untuk meningkatkan pembayaran dan kualitas layanan guna memenuhi retensi nasabah.

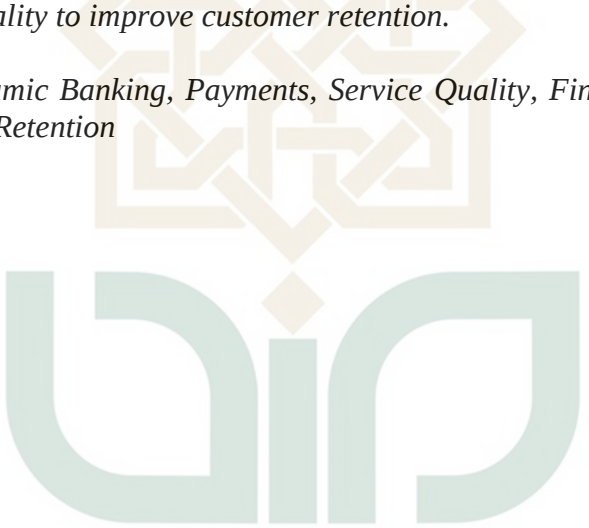
Kata Kunci: Perbankan Syariah, Pembayaran, Kualitas Layanan, pembiayaan, Kepatuhan, dan Retensi Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to examine the impact of fintech on customer retention in Islamic banks in Indonesia due to the rapid development of fintech, which presents both challenges and opportunities for Islamic banks in retaining customers. The sampling technique employed was non-probability sampling and convenience sampling. The study involved 288 respondents from several cities in Indonesia. The data analysis method used in this research is SEM-PLS 3. Out of the four hypotheses proposed, two were accepted. The findings indicate that the adoption of fintech technology, such as mobile banking applications, has improved customer retention through financing and compliance. However, payments and service quality did not significantly impact customer retention in Islamic banks in Indonesia. Furthermore, the implications of this study are expected to provide insights for the Islamic banking industry in Indonesia to enhance payment systems and service quality to improve customer retention.

Keywords: *Islamic Banking, Payments, Service Quality, Financing, Compliance, and Customer Retention*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi yang ditandai dengan fenomena digitalisasi, berbagai sektor jasa keuangan semakin terpacu untuk menghadapi perubahan tata cara dalam berbisnis dengan meningkatkan pelayanan menggunakan platform digital. Berkembangnya internet dan digital telah mendorong transformasi dalam dunia industri, dimana semakin banyak perusahaan memanfaatkan teknologi untuk berkembangnya sebuah perusahaan, banyak perusahaan yang sudah menggunakan *fintech* (Mawey et al., 2018). Akibatnya, bank mendapat manfaat besar dari inovasi teknologi dengan memberikan layanan yang lebih cepat dan berkualitas kepada pelanggan. Revolusi teknologi telah merubah layanan keuangan secara global, menunjukan pengguna layanan digital lebih luas dan terintegrasi diseluruh dunia (S. Ahmed & Sur, 2023). Dalam kondisi tersebut menjadi tantangan bagi perbankan syariah karena bersaing bank konvensional dan dompet digital. Sehingga perbankan syariah lebih berusaha lagi dalam memberikan layanan yang konsisten, andal dan responsif atau melebihi harapan nasabah yang meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga mengurangi nasabah beralih ke pesaing.

Perbankan syariah merupakan konsep keuangan sepenuhnya sesuai dengan hukum Islam ‘syariah’ dan memiliki keuangan yang kreatif dan progresif yang menawarkan perbankan, investasi, pembiayaan perdagangan,

komersial dan *real estate* yang efisien dan kompetitif (Kishada & Wahab, 2013). Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menghindari riba atau biaya bunga berlebih. Salah satu produk dan layanan yang ditawarkan adalah pembiayaan murabahah, di mana bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan menjualnya kepada nasabah dengan margin yang telah disepakati, tanpa adanya bunga. Selain itu, perbankan syariah juga melarang keterlibatan dalam kegiatan spekulasi dan perjudian, serta menekankan investasi dalam sektor-sektor yang halal dan memberikan manfaat bagi nasabah (Aisyah, 2018).

Fintech dikenal sebagai kemajuan dalam dunia transaksi ekonomi yang juga telah menarik pelaku dunia transaksi ekonomi dan keuangan yang berprinsip syariah dengan memunculkan terobosan baru yang disebut sebagai *fintech* Syariah (Hiyanti et al., 2020). Perusahaan *fintech* menawarkan produk dan layanan yang berbasis internet dan aplikasi. *Fintech* berusaha menarik pelanggan dengan cara membuat produk dan layanan yang lebih mudah digunakan, efisien, transparan, dan otomatis (I. Ahmed et al., 2015). Di Indonesia *fintech* syariah sudah mulai banyak menarik perhatian publik, terlebih dengan pembentukan Asosiasi *Fintech* Syariah Indonesia (AFSI) yang menaungi *fintech* syariah di Indonesia dan legalisir *fintech* syariah sebagai transaksi ekonomi yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Fintech* syariah adalah kombinasi dari inovasi teknologi informasi dengan produk dan layanan di bidang keuangan, yang mempercepat dan memudahkan proses bisnis dari transaksi, investasi, dan penyaluran dana berdasarkan nilai-nilai

syariah. Hal ini memungkinkan terciptanya ekosistem keuangan yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sekaligus memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas (Hiyanti et al., 2020).

Fintech yaitu bisnis yang menggunakan teknologi inovasi yang menyediakan layanan keuangan. *Fintech* sangat cepat bergerak di industri keuangan dan ekonomi, setiap tahun semakin banyak perusahaan yang memasuki pasar dengan menggunakan model bisnis yang inovatif. (Schmitt et al., 2016). Salah satu aplikasi teknologi yang dipakai sebagai alat pembayaran digital oleh perbankan syariah yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan suatu sistem atau layanan untuk mendapatkan informasi dan kemudahan dalam bertransaksi. *Mobile banking* dapat diakses nasabah dengan cara menggunakan ponsel dan internet. Perbankan Syariah kini sudah menerapkan berbagai fitur transaksi digital dengan menggunakan *mobile banking* (Maulana et al., 2018). Berikut data penggunaan *mobile banking* pada Bank Syariah, sebagai berikut:

Table 1.1 Jumlah Pengunduh *Mobile Banking* Syariah

No	Bank <i>Mobile Banking</i> Syariah	Jumlah Pengunduh
1.	BSI <i>Mobile</i>	10jt
2.	BCA Syariah <i>Mobile</i>	500rb
3.	Muamalat DIN	500rb
4.	Victoria Syariah	10rb

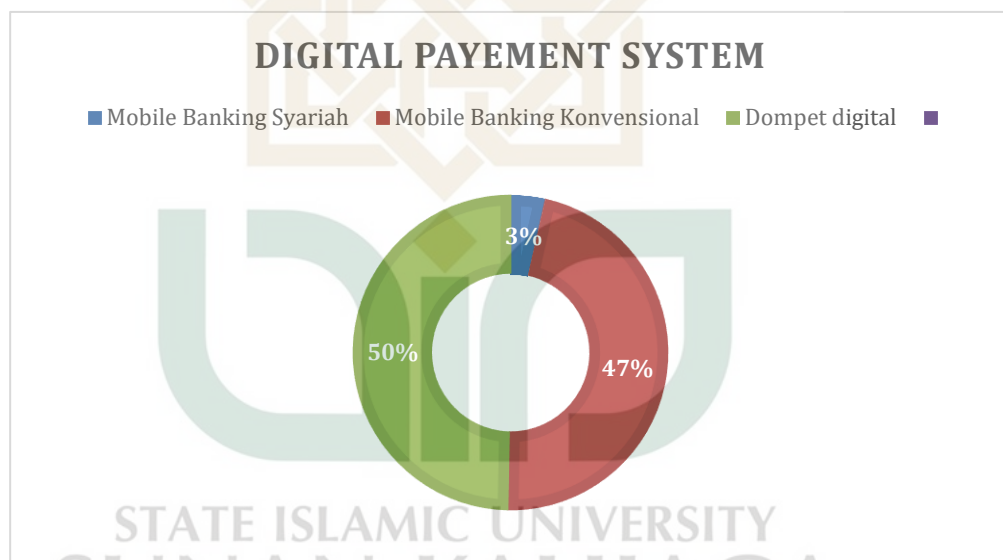
5.	Mega Syariah	100rb
6.	Panin Dubai <i>Mobile</i>	5 rb
7.	Bukopin Syariah <i>Mobile</i> (KBstar)	50 rb
8.	BTPN Syariah (Tepat <i>Mobile</i>)	10 rb
9.	Aladin <i>Mobile</i>	1jt
10.	Bank Aceh Syariah (Action <i>Mobile</i>)	100rb
11.	BPRKS <i>Mobile</i>	100rb
12.	Bank NTB Syariah m Banking	100rb
13.	BJBS (<i>Mobile</i> Masalahah)	100rb

Sumber: Play Store Agustus 2024

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan *fintech* syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data yang diambil dari jumlah pengunduh melalui aplikasi Play store, tercatat bahwa lebih dari 100rb nasabah menggunakan *mobile banking*. Dilihat pada tabel diatas dapat diartikan bahwa industri *fintech* di Indonesia menunjukkan bahwa potensi bagi industri perbankan syariah harus merespon cepat dalam berbagai aspek benefit, peluang, biaya, dan resiko. Penerapan *fintech* dalam industri perbankan Syariah harus memenuhi prinsip-prinsip dan aturan-aturan Syariah, dengan larangan bunga, judi, curang dan lain sebagainya (Muhammad & Sari, 2020).

Menurut Otoritas jasa keuangan, fintech diklasifikasikan menjadi 5 kategori: *Crowdfunding*, *Microfinancing*, *Digital Payment System*, *Market Comparision*, dan *P2P Lending Service*. Kategori *Digital payment System* merupakan metode pembayaran nontunai dengan memanfaatkan platfrom digital. Berbagai jenis keuangan bisa dilakukan melalui pembayaran digital, termasuk e-wallet, mobile banking, QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), kartu debit, dan kartu kredit.

Gambar 1.1 Jumlah *Digital Payement System* di Indonesia



Sumber Data : Otoritas Jasa Keuangan Agustus 2024

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan jumlah *digital payment system* dalam kategori *dompel digital* memperoleh 50% pengguna, menunjukkan bahwa *dompel digital* lebih banyak sehingga menjadi sangat penting bagi bank syariah untuk terus meningkatkan jenis-jenis layanan produk, kualitas layanan, dan fitur-fitur yang menarik. Pentingnya bagi bank syariah untuk meningkatkan layanan pembayaran, untuk bersaing secara efektif, bank syariah perlu

memperkenalkan produk-produk inovatif yang sesuai dengan prinsip syariah dan memanfaatkan teknologi.

Persaingan antara bank-bank semakin ketat, dengan mempertahankan nasabah menjadi strategi yang tidak kalah penting dengan menarik pelanggan baru, karena mempertahankan pelanggan lebih menguntungkan daripada mendapatkan pelanggan baru dalam perbankan meliputi peningkatan layanan pelanggan, dengan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan terjalin komunikasi yang baik terhadap nasabah (Nisa et al., 2022). *Customer retention* adalah interaksi antara produsen dan konsumen yang dapat membawa manfaat sosial dan ekonomi. *Customer retention* dianggap sebagai kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan agar terus memercayai produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Ricadonna et al., 2021). (Nasrin Danesh et al., 2012a) menjelaskan retensi pelanggan sebagai bagaimana perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan tetap bersama dengan layanan yang telah diberikan oleh perusahaan, retensi pelanggan sebagai tujuan pemasaran untuk mencegah pelanggan beralih ke pesaing lain. *Fintech* juga menyediakan teknologi seperti pembayaran secara online untuk digunakan oleh penyedia layanan keuangan. *Fintech* juga memberi solusi seperti *dompet digital* dan platform pembayaran online yang dirancang untuk membuat transaksi keuangan lebih mudah dan efisien (Dorfleitner et al., 2016).

Fintech payment (pembayaran) menjadikan pembayaran lebih mudah dan efisien dalam hal penggunaannya. *Fintech payment* sebutan dari *e-Wallet* dan *e-money* atau lebih dikenal dengan dompet elektronik, jenis *e-wallet* dan *e-*

money, yang berbentuk aplikasi mempermudah penggunaannya saat transaksi (Betharini & Sungkono, 2023). Pembayaran dengan menggunakan *fintech* menjadi trend pada era sekarang, penggunaan *dompet digital* akan berpotensi mempengaruhi pola perilaku seseorang dalam mengelola keuangan, masyarakat akan membayar lebih untuk barang yang sama dengan menggunakan *e-wallet* atau kartu debit dari pada dengan uang tunai (Mukti et al., 2022). Menurut Bloom & Reenen (2013) pembayaran dengan menggunakan *fintech payment* lebih menguntungkan dibandingkan dengan pembayaran dengan menggunakan uang tunai. Karena dengan menggunakan *fintech payment* berkurangnya pembayaran pada sektor tradisional yang bergantung pada uang tunai yang akan berdampak pada ekonomi riil.

Seiring berkembangnya teknologi yang ditandai dengan fenomena digitalisasi maka berbagai sektor pelayanan jasa keuangan semakin terpacu untuk menghadapi perubahan tata cara berbisnis yaitu dengan berubahnya pembayaran yang lebih inovasi. *Fintech* menyederhanakan proses pembayaran yang lebih mudah diakses, terutama melalui *platform digital*. Berkembangnya internet dan digital telah mendorong transformasi di dunia industri saat ini, banyak perusahaan yang menggunakan *fintech* (Sari et al., 2023). Bank syariah memanfaatkan teknologi yaitu berupa *mobile banking* untuk memberikan efektifitas dan memberikan kualitas pelayanan seperti, transaksi dana, pembayaran tagihan, pengelolaan rekening dan investasi (Handinisari et al., 2022). *Fintech payment* mampu meningkatkan efisiensi proses pembayaran, mengurangi biaya transaksi dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih

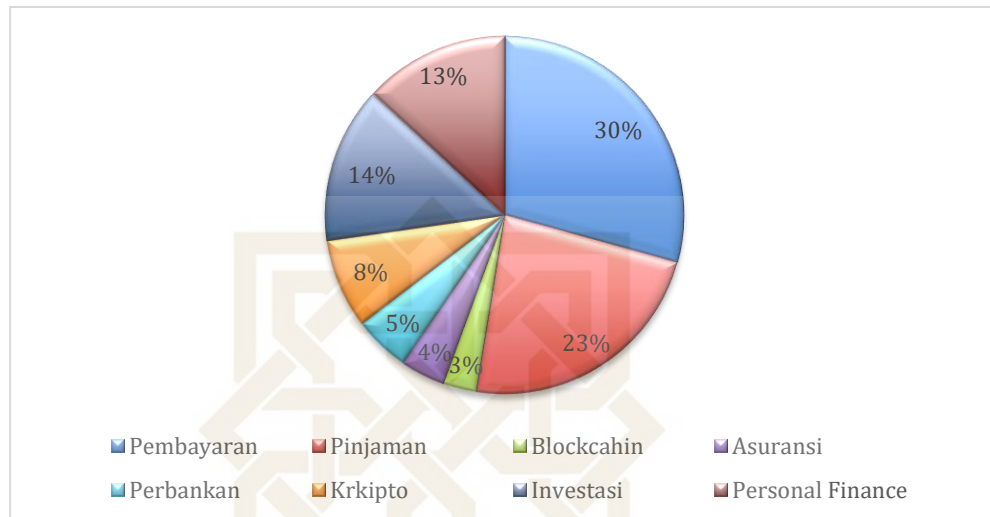
baik, dalam mengukur kualitas layanan, aspek keandalan, kecepatan, keamanan, dan kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang menentukan keunggulan *fintech payment* dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas layanan (*Service quality*) dalam fintech memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan dan kepuasan pengguna. Fintech di bank Syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk dan layanan yang berlandaskan Syariah dengan menggunakan teknologi financial. Jika kualitas layanan pada *mobile banking* rendah, maka dapat merugikan reputasi perusahaan, mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan bahkan berpotensi melanggar prinsip-prinsip Syariah. Bank Syariah perlu memastikan bahwa *fintech* yang digunakan memenuhi standar etika dan kualitas yang diharapkan dalam konteks keuangan Syariah (Yolanda et al., 2022). Menurut Aisyah (2018) kualitas pelayanan menjadi faktor kunci untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Tingkat kepuasan diciptakan oleh perusahaan untuk memberikan harapan kepada nasabah. Kualitas layanan juga menjadi elemen penting untuk mendapatkan kesuksesan pada perusahaan yang telah menggunakan layanan teknologi financial untuk tumbuh dan dapat bersaing dengan pesaing.

Layanan pada *mobile banking* yang unggul dapat menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, yang sangat penting dalam industri perbankan berbasis syariah yang mengutamakan prinsip transparansi dan keadilan. Selain itu, produk pembiayaan yang beragam, serta syarat yang fleksibel, memungkinkan bank untuk memenuhi berbagai kebutuhan finansial nasabah, mulai dari pembiayaan usaha kecil hingga pembelian rumah. Otoritas

Jasa Keuangan memandang teknologi informasi telah digunakan untuk mengembangkan industri keuangan dan dapat mendorong tumbuhnya alternatif pembiayaan bagi masyarakat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendukung pertumbuhan Lembaga jasa keuangan berbasis teknologi informasi sehingga dapat lebih berkontribusi terhadap perekonomian nasional (Kennedy, 2017). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.01/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum mengatur tentang bank dapat menyelenggarakan layanan perbankan elektronik atau layanan perbankan digital, wajib menerapkan manajemen risiko, prinsip kehati-hatian, dan memenuhi ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2018). Produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti bagi hasil dan bebas riba, tidak hanya menarik tetapi juga mempertahankan retensi nasabah yang menghargai nilai-nilai syariah (Muryanto, 2023).

Peran penting kepatuhan (*compliance*) dalam fintech yaitu memastikan bahwa perusahaan fintech mematuhi standar peraturan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia (BI). Kepatuhan yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan, mengurangi risiko, dan menumbuhkan ekosistem keuangan yang stabil. Ketidakpatuhan dapat menyebabkan masalah hukum, kehilangan kepercayaan, dan dapat menghambat pertumbuhan perusahaan. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, mendukung pertumbuhan bisnis, dan memastikan keselarasan yang dengan ketentuan Syariah (Ishak et al., 2022).

Gambar 1.2 Persentase Ekosistem Pengguna Fintech Di Indonesia Tahun 2023
Berdasarkan Jenisnya



Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Adji et al., 2023) jenis-jenis fintech di Indonesia didominasi oleh pembayaran dan pinjaman sekitar 23% fintech jenis lending lebih banyak digunakan oleh pengguna fintech di Indonesia dibandingkan jenis *fintech* lainnya. Fintech jenis payment merupakan layanan pembayaran yang paling banyak digunakan. Oleh karena itu, sebagai lembaga yang melakukan pengaturan dan pengawasan terintegrasi di bidang jasa keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan kewenangannya yang diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2011 mengenai menyiapkan sejumlah regulasi untuk mengatur dan mengawasi perkembangan jenis usaha jasa keuangan yang menggunakan kemajuan teknologi atau disebut *financial technology* (OJK, 2011)

Berdasarkan laporan dari Bank Indonesia, transaksi pembayaran digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2024 (Brankas

Team, 2024) peningkatan ini menyoroti pertumbuhan pesat dalam Digital *Payment System*, yang menawarkan proses transaksi secara online kepada konsumen. Namun, pertumbuhan yang cepat juga membawa tantangan dalam hal kepatuhan terhadap regulasi. Kepatuhan terhadap syariah memastikan bahwa semua produk dan layanan bank berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga menyediakan solusi pembiayaan yang sesuai dengan syariat-syariat Islam, bank syariah dapat memenuhi kebutuhan finansial nasabah secara berkelanjutan yang pada akhirnya meningkatkan retensi pelanggan.

Adanya fenomena tersebut menarik untuk diteliti karena kemajuan pesat dalam teknologi digital dan *fintech* yang mempengaruhi secara signifikan pada perbankan syariah, menciptakan tantangan sekaligus peluang baru. seiring dengan meningkatnya adopsi *fintech* syariah dan digitalisasi layanan perbankan, penting untuk memahami bagaimana perbankan syariah beradaptasi dengan perubahan ini, meningkatkan kualitas layanan, dan mempertahankan nasabah di tengah persaingan antara bank syariah dan bank konvensional. Dengan memanfaatkan teknologi seperti *mobile banking* dan *fintech payment*, perbankan syariah dapat meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan retensi nasabah sambil memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana integrasi *fintech* dapat mempengaruhi keberhasilan perbankan syariah dan kontribusinya terhadap inklusi keuangan serta pertumbuhan ekonomi. Pada

variable yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu *financing*, *service quality*, *financing*, dan *compliance*.

Penelitian ini mengambil judul yang sama pada penelitian (Barber, 2020) dengan judul *Impact of FinTech on customer retention in Islamic banks of Malaysia*, dengan menggunakan variabel *payment*, *advisory service*, *financing*, dan *compliance*, namun pada penelitian tersebut variabel *financing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* pada bank-bank di Malaysia sehingga penelitian terdahulu masih ditemui ketidak konsistensi. Hal ini sangat menarik untuk diteliti di bank-bank syariah di Indonesia karena konteks pasar dan karakteristik pelanggan mungkin berbeda, yang bisa mempengaruhi relevansi dan efektivitas variabel *financing* dalam retensi pelanggan. Penelitian ini bisa memberikan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana variabel-variabel tersebut berperan di pasar yang berbeda dan menyoroti faktor-faktor spesifik yang mungkin belum teridentifikasi sebelumnya. Pada penelitian ini mengganti variabel *advisory service* dengan *service quality* karena peneliti ingin melihat lebih luas mengenai pengalaman nasabah, seperti kecepatan dan kualitas transaksi pada bank-bank syariah di Indonesia. Begitu pula dengan (Baber, 2019) dalam studi penggunaan *fintech financing* tidak signifikan terhadap *customer retention*. Penelitian (Edward & Sahadev, 2011) tentang *Role of Switching Costs in the Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction and Customer Retention Linkagen* hasil bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengkaji sejauh mana pemanfaatan dan implementasi teknologi keuangan dapat mempengaruhi tingkat retensi pelanggan pada bank syariah di Indonesia. Temuan penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perbankan syariah di Indonesia dalam memahami perilaku konsumen dalam menyelidiki bagaimana teknologi keuangan mempengaruhi tingkat retensi pelanggan. Pemahaman ini akan memungkinkan industri perbankan untuk meningkatkan pengguna teknologi fintech dalam layanan perbankan. Penelitian ini memilih Bank Umum Syariah (BUS) dibandingkan memilih Unit Usaha Syariah (UUS) untuk objek penelitian ini, dikarenakan Bank Umum Syariah (BUS) memiliki jaringan yang lebih luas dibandingkan dengan Unit Usaha Syariah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***"Dampak Fintech Pada Customer Retention di Bank Syariah Indonesia"***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *fintech payment* berdampak pada *customer retention* di bank Syariah?
2. Apakah *Service Quality* pada *fintech* berdampak pada *customer retention* di bank Syariah?
3. Apakah *financing* pada *fintech* berdampak pada *customer retention* di bank Syariah?

4. Apakah *compliance* pada *fintech* berdampak pada *customer retention* di bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah penulis susun di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *fintech payment* berdampak terhadap *customer retention* di bank Syariah?
2. Untuk mengetahui apakah *Service Quality* pada *fintech* berdampak terhadap *customer retention* di bank Syariah?
3. Untuk mengetahui apakah *financing* pada *fintech* berdampak terhadap *customer retention* di bank Syariah?
4. Untuk mengetahui apakah *compliance* pada *fintech* berdampak terhadap *customer retention* di bank Syariah?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan acuan atau tambahan informasi akademisi yang mengetahui dampak *fintech* terhadap *customer retention* di bank Syariah

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi tambahan dan Juga sebagai bahan acuan untuk penelitian yang mendatang.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan urutan penyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat, dan jelas serta diharapkan dapat mempermudah dalam memahami penelitian ini. Pembahasan penelitian ini meliputi sistematika yang dibagi menjadi lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN, bab ini menjabarkan latar belakang dari penelitian yang dilakukan, masalah yang ingin dijawab, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan muncul setelah dilakukannya penelitian ini, serta sistematika pembahasan. Bab ini merupakan gambaran awal dari apa yang dilakukan peneliti.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA, bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan teoritis penelitian, tinjauan pustaka, pengembangan hipotesis penelitian, dan kerangka teori yang menjadi acuan penyusunan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN, Bab ini berisi metode dan tata pelaksanaan penelitian, dimulai dari penentuan jenis penelitian sampai cara analisis data. Pada bab ini dijelaskan juga data dan sumber data, populasi dan sampel, Teknik penarikan sampel, instrumen penelitian, dan operasional variabel penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, Bab ini berisi deskripsi karakteristik dari responden penelitian, hasil uji statistic dari data penelitian, serta pembahasan dari hasil penelitian yang mencakup penerimaan atau penolakan hipotesis. Bab ini menjadi inti dari penelitian.

BAB V PENUTUP, Bab ini penutup, ini adalah titik akhir dari penelitian. Bab ini yang diikuti dengan daftar pustaka, menyajikan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran berdasarkan analisis data.



BAB V

PE NUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak *fintech* terhadap *customer retention* pada bank syariah di Indonesia . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penerimaan *fintech* syariah pada bank syariah berdasarkan konstruk *financing* dan *compliance* menggunakan analisis deskriptif dalam penelitian ini termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat diartikan bahwa bank syariah berhasil dalam mengimplementasikan *fintech* syariah dalam aspek pembiayaan dan kepatuhan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa bank syariah memiliki kualitas yang baik dalam menerima teknologi *fintech*, baik dari segi kemampuan untuk menyediakan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah maupun dari segi kepatuhan terhadap aturan-aturan syariah yang berlaku, hasil ini menunjukkan bahwa *fintech* syariah telah diterima dengan baik oleh bank syariah, dengan mempertimbangkan aspek-aspek pembiayaan dan kepatuhan menjadi fokus penelitian ini.

Selain dapat mengetahui dampak *fintech* terhadap *customer retention* pada bank syariah di indonesia, hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa variabel *compliance* merupakan faktor yang paling signifikan atau mempunyai pengaruh paling besar terhadap *customer retention* karena berkaitan langsung dengan kepercayaan nasabah dan kepatuhan terhadap prinsip syariah yang merupakan hal yang penting bagi perbankan syariah. Tetapi, variabel *financing* juga sangat penting karena berhubungan langsung dengan nilai yang dirasakan

nasabah. Kedua variabel saling berkaitan dan penting untuk dipertimbangkan dalam retensi pelanggan.

Implikasi teori dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi *Fintech* oleh perbankan syariah dapat mempengaruhi retensi pelanggan melalui peningkatan pembiayaan dan keamanan. Teori-teori ini memberikan kerangka untuk memahami bagaimana inovasi teknologi dapat berkontribusi pada retensi pelanggan di sektor perbankan syariah. Teori perilaku konsumen menekankan pentingnya penyesuaian produk dan pemahaman terhadap preferensi pelanggan untuk memastikan relevansi dan menarik nasabah, implikasi Kebijakan juga harus fokus pada pemasaran yang efektif, pengembangan sumber daya manusia, dan peningkatan pengalaman pelanggan untuk memaksimalkan manfaat FinTech dan meningkatkan retensi pelanggan.

B. Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang diharapkan dapat diperbaiki dalam penelitian selanjutnya:

1. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan mobile banking syariah di Indonesia. Namun penulis menyadari bahwa representativitas setiap provinsi belum terpenuhi, dimana sampel di setiap provinsi tidak lengkap dan tidak merata.
2. Penelitian ini hanya menggunakan metode penyebaran kuesioner online melalui formulir google, yang mengakibatkan kurangnya interaksi dengan responden dan informasi yang diperoleh terbatas pada pertanyaan dalam

kuesioner

3. Item pertanyaan dalam penelitian ini dikembangkan dari kuesioner yang diambil dari penelitian sebelumnya dengan objek dan subjek penelitian budaya barat. Mungkin terdapat perbedaan konteks budaya di indonesia.
4. Penelitian yang akan datang disarankan melakukan penelitian lanjutan dengan jumlah responden yang lebih besar dan data demografis yang lengkap tersebar di seluruh indonesia, dengan demikian dapat menghasilkan peneliti yang benar-benar dapat digeneralisasikan di seluruh indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari., M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- Agarwal, S., Qian, W., Ren, Y., Tsai, H.-T., & Yeung, B. Y. (2020). The Real Impact of FinTech: Evidence from Mobile Payment Technology. *SSRN Electronic Journal*, September. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3556340>
- Agustin Kristi Antri Rahayu, & Iffatin Nur. (2022). Analisis Pengaruh Electronic Money Terhadap Jumlah Uang Beredar Dan Velocity of Money Di Indonesia. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 211–224. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i2.2839>
- Agyapong, G. K. . (2011). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*, 6(5), 203–210. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p203>
- Aini, Z. (2018). Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty Perbankan Syariah. *Kolegial*, 6(P-ISSN 2088-5644; E-ISSN 2614-008X), 11.
- Aisyah, M. (2018a). Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 10(2). <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7135>

- Aisyah, M. (2018b). Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(2). <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7135>
- Alam, S. S., Janor, H., & Jano, Z. (2012). *Is Religiosity an important factor in influencing the intention to undertake Islamic home financing in Klang Valley ? February 2016*. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.19.07.392>
- Alfiana, S. (2029). Pengaruh Customer Satisfaction, Relationship Marketing, dan Customer Value Terhadap Customer Retention Orientation Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Pendidikan*.
- Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas, A. K. (2016). Pengaruh Service Quality Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Inul Vizta Karaoke Di Jakarta (Studi Kasus Pada Kepuasan Konsumen Inul Vizta Karaoke Di Jakarta). *Jurnal Ekonomi*, 7(November 2016), 2.
- Arner, D. W., Barberis, J., Buckley, R. P., NOS BARBERIS, J., & Buckley-, R. P. (2015). The Evolution of FinTech: A New Post-Crisis Paradigm. *Georgetown Journal of International Law*, 47(4), 1271–1320.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>
- Azzahra, T., & Kartini. (2022). Pengaruh Financial Technology Payment, Financial

- Attitude, dan Financial Knowledge terhadap Financial Management Behavior bagi Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 78–91. <https://journal.uui.ac.id/selma/index78ArtikelHasilPenelitian>
- Baber, H. (2018). Factors influencing the intentions of non-muslims in India to accept islamic finance as an alternative financial system. *Journal of Reviews on Global Economics*, 7, 317–323. <https://doi.org/10.6000/1929-7092.2018.07.27>
- Baber, H. (2019). FinTech, Crowdfunding and Customer Retention in Islamic Banks. *Vision*, 24(3), 260–268. <https://doi.org/10.1177/0972262919869765>
- Baber, H. (2020). Impact of FinTech on customer retention in Islamic banks of Malaysia. *International Journal of Business and Systems Research*, 14(2), 217–227. <https://doi.org/10.1504/IJBSR.2020.106279>
- Betharini, N., & Sungkono, S. (2023). Penggunaan Fintech Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Di Kalangan Mahasiswa Ubp. *Jurnal Economia*, 2(6), 1416–1429. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.619>
- Blery, E., Batistatos, N., Papastratou, E., Perifanos, I., Remoundaki, G., & Retsina, M. (2009). Service quality and customer retention in mobile telephony. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 17(1), 27–37. <https://doi.org/10.1057/jt.2008.26>
- Dewi, N. P. N. A., Hartati, P. S., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Service Quality dan CRM (Customer Relationship Marketing) terhadap Kepuasan Nasabah

pada LPD Desa Pakraman Peraupan, Denpasar Utara. *Widya Amrita*, 1(1), 77–85. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1148>

Djamba, Y. K., & Neuman, L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *American Sociological Association*, 30(3), 380–381.

Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). Definition of FinTech and description of the FinTech industry. In *FinTech in Germany* (Issue March 2017). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-54666-7>

Dr. Dulyadi, M. S. (2021). Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah. (Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Issue 1).

Edward, M., & Sahadev, S. (2011). Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(3), 327–345. <https://doi.org/10.1108/13555851111143240>

Eka Tirtawati, D. G. (2021). Keterkaitan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Retensi Pelanggan di Sektor Perbankan. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(2), 49–55. <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i2.2168>

EM Kishada, Z. M., & Ab Wahab Senior Lecturer, N. (2013). Factors Affecting Customer Loyalty in Islamic Banking: Evidence from Malaysian Banks.

International Journal of Business and Social Science, 4(7), 264–273.

Fandy, T. (2011). *Pemasaran Jasa* (B. Publishing (ed.)).

Fatmawati, R., & Handayani, J. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran. *Brigham Young University*, 1(69), 5–24.

Fauziannur, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bpd Kaltim Syariah Cabang Samarinda. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman*, 1–18.

Fitriyani, I. P., & Hendriyani, C. (2021). Implementasi Customer Data Management Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan IndiHome di PT Telkom. *ICIT Journal*, 7(2), 168–176. <https://doi.org/10.33050/icit.v7i2.1645>

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(4), 427. <https://doi.org/10.2307/3151335>

Geno, A. (2019). Tindak Pidana Kejahatan Pencucian Uang (Money Laundering) dalam Pandangan KUHP dan Hukum Pidana Islam. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v2i1.5223>

Gerpott, T. J., Rams, W., & Schindler, A. (2001). Customer retention, loyalty, and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market.

Telecommunications Policy, 25(4), 249–269. [https://doi.org/10.1016/S0308-5961\(00\)00097-5](https://doi.org/10.1016/S0308-5961(00)00097-5)

Gunawan, I. J. (2022). Penerapan RegTech dalam Penyelenggaraan Fintech Lending di Indonesia. *Jurnal Magister Hukum ARGUMENTUM*, 7(2), 47–62. <https://doi.org/10.24123/argu.v7i2.4540>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Marko. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>

Hair, J. F., Ringle, C. M., Hult, G. T. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>

Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>

Handinisari, H., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 818–828. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2076>

Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2020). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal*

- Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 326–333. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>
- Ilyas, R. (2015). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 183–204. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.859>
- INA Primiana, R. B., Febrian, E., & Sari, D. (2016). Licensed Under Creative Common Impact of Relationship Marketing, Service Quality and Customer Orientation of Service Employees on Customer Satisfaction and Behavioral Intention and its Impact on Customer Retention. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IV(5), 151–163. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29318.57920>
- Ishak, I., Ilham, I., & Sabani, A. (2022). Shari'a Compliance Principles in Financial Technology. *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)*, 8(1), 47. <https://doi.org/10.33760/jch.v8i1.542>
- Jabnoun, N., & Khalifa, A. (2005). A customized measure of service quality in the UAE. *Managing Service Quality*, 15(4), 374–388. <https://doi.org/10.1108/09604520510606844>
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F. J., Muñoz-Leiva, F., & Marinković, V. (2020). The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 138–158. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012>
- Kennedy, P. S. J. (2017). Tantangan Terhadap Ancaman Disruptif dari Financial Technology dan Peran Pemerintah dalam menyikapi. *Jurnal Sains Dan Seni*

ITS, 6(1), 51–66.

<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1>

Kotler, & Philip. (2017). *Marketing 4.0*.

Kwong-Kay, K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39627062/2013_journal_10_PLS_MB-libre.pdf?1446527592=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPartial_Least_Squares_Structural_Equatio.pdf&Expires=1702011101&Signature=J7LCkmCyQWVT70I~n01JnGhxu2Pn1AZluQyulM

Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78.
<https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>

Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 223–233.
<https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.249>

- Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. (2015). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02).
<https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Martini, K., Sangging, I. W. B. S., & Merta, M. S. (2019). *The Influence of Customer Satisfaction in Terms of Service Quality and Perceived Value*. 103(Teams 19), 358–362. <https://doi.org/10.2991/teams-19.2019.57>
- Maulana, R., Iskandar, & Mailany, M. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2, 146–155.
- Mawarni, R. (2021). Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19. *Al Iqtishad: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2), 39–54.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i2.233>
- Mawey, T. C., L. Tumbel, A., & Ogi, I. W. J. (2018). the Influence of Trust and Quality of Service To Customer Satisfaction Pt Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/20106>
- Mayanti, R. (2022). Preferensi Masyarakat Terhadap Quick Response Code Indonesian Standard Sebagai Sarana Teknologi Pembayaran Digital. *Faktor Exacta*, 15(1), 1979–276.

- Meiria, E. (2021). Sikap dan Perilaku Generasi Z terhadap Perbankan Syariah Indonesia dengan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 133. <https://doi.org/10.33603/jibm.v4i2.4151>
- Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Amin, M. F. Bin. (2019). Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Molapo, M. E., & Mukwada, G. (2011). The Impact of Customer Retention Strategies in the South African Cellular Industry : The Case of the Eastern Free State . *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 1(2), 52–60. www.wbiconpro.com
- Muhammad, H., & Sari, N. P. (2020). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah: Pendekatan ANP-BOCR (The Influence of Financial Technology on Islamic Banking: ANP-BOCR Approach). *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 4(2), 113–125. <https://doi.org/10.21070/perisai.v4i2.868>
- Mukti, V. W., Rinofah, R., & Kusumawardhani, R. (2022). Volume . 19 Issue 1 (2022) Pages 52-58 *AKUNTABEL : Jurnal Akuntansi dan Keuangan* ISSN : 0216-7743 (Print) 2528-1135 (Online) Pengaruh fintech payment dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa The influence of fintech payme. 1(1), 52–58.

<https://doi.org/10.29264/jakt.v19i1.10389>

Muryanto, Y. T. (2023). The urgency of sharia compliance regulations for Islamic Fintechs: a comparative study of Indonesia, Malaysia and the United Kingdom. *Journal of Financial Crime*, 30(5), 1264–1278. <https://doi.org/10.1108/JFC-05-2022-0099>

Nasrin Danesh, S., Ahmadi Nasab, S., & Choon Ling, K. (2012a). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of Business and Management*, 7(7), 1–16. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n7p141>

Nasrin Danesh, S., Ahmadi Nasab, S., & Choon Ling, K. (2012b). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of Business and Management*, 7(7), 141–150. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n7p141>

Nasution, S. (2017). Variabel Penelitian. *Raudhah*, 2(1), 1–9. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/isj%0A28>

Ni'mah, R., & Yuliana, I. (2020). E-Wallet: Sistem Pembayaran Dengan Prinsip Hifdzul Maal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 52–66. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i2.2016>

Nisa, K., Rokan, M. K., & Irham, M. (2022). Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Customer Retention Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Kc Balai Kota Medan. *Jih Biz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(2),

1. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v4i2.17092>

Nizar Abdi. (2017). Teknologi Keuangan (Fintech): Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal*, 5(15), 13.

https://www.researchgate.net/publication/323629323_Teknologi_Keuangan%0AAn_Fintech_Konsep_dan_Implementasinya_di_Indonesia.%0D

Nugroho, L. (2022). Perkembangan Finansial Teknologi (Fintech di Indonesia). *Mengulas Fintech Dalam Islam*, October.

<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/mengulas-fintech-dalam-islam/>

Nunnally, & C, J. (1978). *Psychometric theory*.

Prastiani, A. S. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 31–37.

<https://doi.org/10.37567/sebi.v1i2.159>

Ranaweera, C., & Prabhu, J. (2003). The influence of satisfaction, trust and switching barriers on customer retention in a continuous purchasing setting. *International Journal of Service Industry Management*, 14(3–4), 374–395.

<https://doi.org/10.1108/09564230310489231>

Raninda, R., Wisnalmawati, W., & Oetomo, H. (2022). Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention to the DANA E-Wallet. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 63–72.

<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218>

- Ricadonna, N. A., Saifullah, M., & Prasetyoningrum, A. K. (2021). The Effect of Trust and Brand Image on Customer Retention with Customer Loyalty as Intervening Variables to Customers of Sharia Commercial Banks. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(2), 311–323. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i2.5145>
- Safitri, T. A. (2022). Kontribusi Fintech Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 23(2), 140–145. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i2.16207>
- Sahir, S. H. (2022). *Metode Penelitian*.
- Sari, R. A., Aswar, N. F., & Aslam, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.42329>
- Schmitt, M., Weber, M., & Uk, A. (2016). *The FinTech Market in Germany CORE*. View metadata, citation and similar papers at core.
- Sakinah, F. (2024). Factors Influencing Gen Z's Intention In Adopting Islamic Fintech Payment Digital Services. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 5(1), 70–89. <https://doi.org/10.46367/jps.v5i1.1780>
- Tanjung, A., & Sanawir, B. (2017). Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Retention (survei pelanggan j.co Donut & Caffe Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 53(1), 1–7. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A1

- Todorof, M. (2018). Shariah-compliant FinTech in the banking industry. *ERA Forum*, 19(1), 1–17. <https://doi.org/10.1007/s12027-018-0505-8>
- Trottier. (2010). *Research Methods In Applied Linguistics*. Oxford: Oxford University Press, 31(4), 583–586. <https://doi.org/10.1093/applin/amq022>
- Wirawan, N. (2016). Cara Mudah Memahami Statistika Ekonomi dan Bisnis (Statistika Deskriptif). In *Keraras Emas* (Vol. 8, Issue 1). https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/0033724695f8a2e7af42ab363e64b25b.pdf
- Yang, H. A., & Wuisan, D. S. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Retention: Kasus Dari Linkaja [Factors Affecting Customer Retention: Case of Linkaja]. *Milestone: Journal of Strategic Management*, 1(1), 60. <https://doi.org/10.19166/ms.v1i1.3169>
- Yolanda, V., Mas'ud, R., & Hasanah, S. M. (2022). Pengaruh Teknologi Keuangan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Masbagik. *Iqtishaduna*, 13(1), 63–83. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v13i1.5373>
- Yuningsih, Y., Suryani, S., & Azim, M. F. (2022). Hubungan Digital Banking dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1277–1284. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2531>

Zahari, Nasir, & Chan, S. (2018). The Effect of Sponsorships, Personal Selling and Pricing Strategies on Customer Engagement and Its Impact on Customer Retention of Dental Equipment Industry in Indonesia. *Proceedings of The 8th Annual International Conference (AIC) on Social Sciences, Syiah Kuala University*, 21–36. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/AICS-Social/article/view/12638>

Zulkifli. (2012). Relationship Marketing Terhadap Customer Retention dan Customer Loyalty pada Nasabah Bank Mega, Tbk. Malang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(April), 1–12.