

Analisis Determinan Keunggulan Islamic Banking Ecosystem pada Generasi Z: Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara

Indah Tri Sari Harahap¹⁾, Nurlaila²⁾, Yusrizal³⁾

^{1,2,3)} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹⁾ Indahhr2003@gmail.com, ²⁾ Nurlaila@uinsu.ac.id, ³⁾ yusrizal@uinsu.ac.id

Abstrak. Meningkatnya persaingan layanan perbankan digital dan kebutuhan untuk determinan loyalitas nasabah generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepatuhan syariah dan kemudahan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan populasi sebanyak 4.556 mahasiswa dan sampel sebanyak 98 responden yang dipilih menggunakan teknik *probability Sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ($t=2,013$; $p=0,047$). Kemudahan *mobile banking* juga memberikan pengaruh positif dan signifikan yang lebih dominan terhadap loyalitas ($t=7,441$; $p=0,000$). Secara simultan, kedua variabel tersebut berkontribusi sebesar 55,6% terhadap variasi loyalitas nasabah, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi antara integritas nilai religius dan keunggulan fungsional teknologi merupakan determinan kritis bagi perbankan syariah dalam memenangkan persaingan di pasar digital.

Kata kunci: Kepatuhan Syariah, Kemudahan Mobile Banking, Loyalitas Nasabah, Perbankan Syariah Digital

Abstract. Increasing competition for digital banking services and the need for determinants of customer loyalty of generation Z. This study aims to analyze the influence of sharia compliance and the ease of mobile banking on customer loyalty in FEBI UIN North Sumatra students. The research method used was quantitative associative with a population of 4.556 students and a sample of 98 respondents selected using the probability sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression through SPSS software. The results showed that partially, sharia compliance had a positive and significant effect on customer loyalty ($t=2.013$; $p=0.047$). The ease of mobile banking also has a more dominant positive and significant influence on loyalty ($t=7,441$; $p=0,000$). Simultaneously, these two variables contributed 55.6% to the variation in customer loyalty, while the rest were influenced by other factors outside the model. These findings confirm that the integration between the integrity of religious values and the functional advantages of technology is a critical determinant for Islamic banking in winning competition in the digital market.

Keywords: Sharia Compliance, Convenience of Mobile Banking, Customer Loyalty, Digital Islamic Banking

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai intermediasi keuangan, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan untuk pengembangan ekonomi. Fungsi utama perbankan meliputi penghimpunan dana, pemberian pembiayaan, sistem pembayaran, dan penyimpanan aman. Secara khusus, perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang melarang riba (*interest*) dan menerapkan bagi hasil, dimana kepatuhan syariah menjadi faktor diferensiasi utama yang mencakup kehalalan produk, akad, mekanisme transaksi, dan tata kelola perusahaan sesuai fatwa Dewan Syariah Nasional.¹ Generasi Z cenderung memilih layanan yang cepat, mudah, dan dapat diakses melalui perangkat seluler. Keunggulan ekosistem perbankan syariah digital tidak cukup diukur dari aspek teknis layanan saja, tetapi juga dari mana prinsip syariah benar-benar hadir dalam pengalaman pengguna sehari-hari.² Digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan aksesibilitas layanan, efektivitas promosi, dan penguatan relasi antara bank dan nasabah secara lebih personal

Penelitian ini krusial untuk dilakukan karena Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang dirilis OJK bersama BPS pada 2 Agustus 2024 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah nasional baru 39,11 persen dan indeks inklusi keuangan syariah cuma 12,88 persen, jauh tertinggal dibanding indeks literasi keuangan umum 65,43 persen dan inklusi umum 75,02 persen. Artinya kesenjangan literasi dan akses terhadap keuangan syariah itu nyata dan terdokumentasi resmi. Penerapan fintech pada perbankan syariah berpotensi meningkatkan efisiensi dan perluasan akses pembiayaan, namun keberhasilannya tetap bergantung pada penguatan literasi digital Masyarakat sejalan dengan pentingnya kolaborasi ekosistem pembayaran syariah dalam mendorong literasi dan inklusi keuangan.³ Penelitian yang dilakukan oleh (Lubis et., al) melibatkan 75 mahasiswa Generasi Z FEBI UINSU yang merupakan pengguna dompet digital OVO. Temuan tersebut

¹ Selim Ahmed et al., "The Impact of Islamic Shariah Compliance on Customer Satisfaction in Islamic Banking Services: Mediating Role of Service Quality," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 9 (May 2021): 1829–42, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>.

² Raihansyah Azdi Bintang, Rafly Ramadhan Simanjuntak, and Ahmad Wahyudi Zein, "Pengaruh Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 4, no. 6 (2026): 496–504, <https://doi.org/10.61722/jiem.v4i6.11193>.

³ Vingkan Andini et al., "Analysis of Fintech Implementation Strategy in Sharia Bank Financing (Case Study at BSI KCP Cemara Asri)" 15, no. 1 (2026): 85–94.

mengindikasikan bahwa penggunaan dompet digital konvensional telah menjadi bagian dari kebiasaan transaksi keuangan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.⁴

Ekosistem perbankan syariah (Islamic Banking Ecosystem) adalah sistem yang mengintegrasikan bank syariah, nasabah, regulator, teknologi digital, serta berbagai layanan keuangan berbasis syariah untuk menciptakan transaksi yang halal, aman, dan berkelanjutan. Bagi Gen Z sebagai digital native, ekosistem ini penting karena menawarkan layanan yang cepat, mudah, dan terintegrasi serta kesesuaian layanan dengan nilai-nilai syariah.⁵

Produk perbankan syariah dikelompokkan berdasarkan akad: tabungan dan deposito (wadiah, mudharabah), pembiayaan (murabahah, musyarakah, ijarah), jasa (wakalah, kafalah), dan produk sosial (zakat, wakaf). Era digital mentransformasi produk ini melalui mobile banking, internet banking, fintech syariah, e-wallet halal, dan QRIS yang memungkinkan transaksi real-time. Bagi Gen Z, variasi produk dan kemudahan akses digital menjadi faktor kunci pemilihan bank syariah.⁶ Layanan yang baik meningkatkan Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas⁷

Regulasi merupakan fondasi kepercayaan nasabah, meliputi UU No. 21/2008 tentang Perbankan Syariah, POJK (termasuk POJK 13/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital), Fatwa DSN-MUI, dan standar akuntansi syariah. Regulasi berfungsi melindungi konsumen, menjaga integritas syariah melalui DPS, dan mendorong inovasi yang tetap syariah-compliant.⁸

Teknologi digital mendorong transformasi ekosistem melalui mobile banking, AI/ML untuk credit scoring dan personalisasi, blockchain untuk smart contract, Big Data Analytics untuk segmentasi, dan Open API untuk integrasi ekosistem. Bagi Gen Z, teknologi bukan sekadar alat,

⁴ Lubis, Rizky Aulia, Marliyah Marliyah, and Aqwa Naser Daulay. "The influence of perceived convenience, security, cashback and Islamic financial behavior on the decision to use the digital wallet "OVO" on Generation Z Febi Uinsu students." *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)* 8, no. 3 (2026): 952-957.

⁵ Julina Nurhayati, "Transformasi Digital Dalam Ekonomi Syariah: Inovasi Teknologi Untuk Penguatan Ekosistem Keuangan Halal Di" 10, no. 204 (2025): 1704-14.

⁶ Putri Ayu Lestari, "Transformasi Digital Bank Syariah Di Era Teknologi: Perkembangan, Tantangan Dan Peluang Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan," *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism* 5, no. 2 (2025): 62, <https://doi.org/10.31764/jseit.v5i2.30779>.

⁷ Dui April, Yani Simangunsong, and Pakam Tahun, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam)" *Journal of Islamic Economics and Finance* 1, no. 4 (2023): 153-73.

⁸ Natasya Rogaya et al., "Bank Syariah Di Era Digital: Analisis Tantangan Dan Peluang Transformasi," *TOMAN: Jurnal Topik Manajemen* 2, no. 1 (2025): 189-202, <https://jurnal.sitasi.id/toman/article/view/201>.

melainkan bagian dari lifestyle. Bank syariah yang berhasil mengintegrasikan teknologi dengan nilai syariah akan memiliki keunggulan kompetitif signifikan⁹

Kepatuhan syariah dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui Teori *Sharia Compliance* yang berlandaskan pada standar yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI). Kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional berbagai entitas syariah, baik perbankan, asuransi, maupun pasar modal syariah. Teori ini menegaskan bahwa seluruh produk, akad, dan transaksi yang ditawarkan kepada nasabah wajib terhindar dari praktik yang bertentangan dengan prinsip syariat Islam. Indikator Menurut AAOIFI (*Statement of Financial Accounting* No. 1) sebagaimana dirujuk oleh Mardian (2015)¹⁰. Indikator kepatuhan syariah meliputi Bebas dari Riba, Gharar, dan Maysir; Kesesuaian Akad dengan Fatwa DSN-MUI; Pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS); Pengelolaan dan Pelaporan Zakat; Transparansi dan Keterbukaan Informasi.

Kemudahan mobile banking dapat dijelaskan melalui Teori *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989)¹¹. Hal senada juga dinyatakan oleh Venkatesh dan Davis (2000)¹² bahwa semakin mudah suatu teknologi untuk dipelajari dan diterapkan, maka semakin tinggi kepercayaan seseorang untuk mengadopsi dan menggunakannya. Dalam industri perbankan syariah, prinsip kemudahan ini sejalan dengan nilai Islam yang mengedepankan tidak adanya unsur masyaqqah (kesulitan) dalam bermuamalah, sehingga layanan digital yang ramah pengguna menjadi salah satu sarana untuk mewujudkan kemaslahatan bagi nasabah Gen Z. Indikator menurut ahli (Davis, 1989) Adalah Dapat Dikontrol; Jelas dan Mudah Dipahami; Fleksibel; Mudah Digunakan dan Ketepatan waktu/Efisien.

⁹ Ahmad Ali, Muhammad Fahminuddin, and Sunan Hidayatullah, "Finansial Teknologi Syariah Dan Bank Digital," *Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 4, no. 1 (2022): 61–90.

¹⁰ Sepky Mardian, "Tingkat Kepatuhan Syariah Lks," *Urnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* Vol. 3, No. 1 (2015) 3, no. 1 (2015): 12.

¹¹ Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw, "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003, <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.

¹² Fred Davis and Venkatesh Viswanath, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204.

Loyalitas konsumen dapat dijelaskan melalui Teori Customer Loyalty yang dikembangkan oleh Griffin (2005).¹³ Berdasarkan asumsi teori Griffin, seorang nasabah disebut loyal apabila ia melakukan pembelian secara teratur dalam jangka waktu tertentu. Loyalitas nasabah bank syariah juga dipengaruhi oleh *maqashid al-syariah*, yaitu tingkat kepuasan nasabah Gen Z yang mengacu pada nilai-nilai syariah. Hal ini menjadikan konstruk loyalitas dalam perbankan syariah lebih kaya dimensinya dibandingkan perbankan konvensional, karena menyentuh aspek kepatuhan nilai sekaligus aspek fungsional layanan. Indikator menurut ahli (Griffin, 2005) Adalah Melakukan Pembelian Berulang Secara Reguler; Pembelian Lintas Lini Produk dan Layanan; Merekomendasikan kepada Orang Lain; Menunjukkan Kekebalan terhadap Tarikan Kompetisi dan Kepuasan dan Kepercayaan yang stabil terhadap bank.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa loyalitas nasabah bank syariah dipengaruhi oleh terpenuhinya syariah, kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan. (Fatikah & Albanna, 2022)¹⁴ melaporkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap layanan digital dan layanan digital berpengaruh positif terhadap loyalitas, (Yusfiarto, 2021)¹⁵ menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan mobile banking berimplikasi pada loyalitas nasabah, baik sikap maupun perilaku dan (Santoso et al., 2022)¹⁶ menemukan bahwa kepatuhan syariah, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Perkembangan layanan perbankan syariah di era digital seharusnya menjadi peluang besar untuk menarik Generasi Z, khususnya mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara yang memiliki kedekatan dengan isu ekonomi dan keuangan Islam. Namun, dalam praktiknya, loyalitas Generasi Z terhadap bank syariah masih menghadapi tantangan karena persaingan yang semakin ketat dengan dompet digital dan aplikasi keuangan konvensional yang dinilai lebih

¹³ Jill Griffin and D Yahya, "Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (Edisi Revisi Dan Terbaru) / Jill Griffin," 2005, <https://www.semanticscholar.org/paper/dc474f803d3b185b0f0342927cd5bc59a8207465>.

¹⁴ Berliana Haza Fatikah and Hasan Albanna, "The Influence of E-Servqual and E-Trust on E-Loyalty: The Role of E-Satisfaction as an Intervening on Islamic Mobile Banking Customer," *Journal of Business Management and Islamic Banking* 1, no. 1 (2022): 119–30, <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-08>.

¹⁵ Rizaldi Yusfiarto, "The Relationship between M-Banking Service Quality and Loyalty: Evidence in Indonesian Islamic Banking," *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 3, no. 1 (2021): 23–33, <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art3>.

¹⁶ Edi Santoso and Rashidah Binti Mohamad Ibrahim, "The Effect of Sharia Compliance, Service Quality, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Islamic Rural Bank Customers in Indonesia," *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)* 3, no. 2 (2022): 1–6, <https://doi.org/10.37231/jmtp.2022.3.2.218>.

cepat, praktis, dan familiar digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Di sisi lain, meskipun mahasiswa FEBI memiliki pemahaman teoritis yang relatif baik tentang prinsip syariah, tidak semua dari mereka menjadikan kepatuhan syariah sebagai faktor utama dalam memilih dan bertahan menggunakan layanan bank syariah. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan akademik, preferensi perilaku, dan keputusan penggunaan layanan keuangan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal (explanatory research). Metode kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel secara objektif melalui pengukuran data serta di analisis menggunakan Teknik statistik. Desain asosiatif kausal digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel kepatuhan syariah dan kemudahan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada Generasi Z.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara pada tahun 2022 hingga tahun 2025. Berdasarkan data administrasi FEBI yang berjumlah 4.556 orang.¹⁷ Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan pendekatan Probability Sampling dengan acuan rumus Slovin. Namun, berdasarkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh jumlah sampel yang cukup besar dan dianggap kurang efisien untuk diteliti secara langsung. Oleh karena itu, peneliti menetapkan tingkat kesalahan sebesar 10%, dengan pertimbangan keterbatasan waktu, tenaga, serta efisiensi proses pengumpulan data di lapangan.

Penelitian ini memilih kepatuhan syariah, kemudahan mobile banking, dan loyalitas nasabah karena ketiganya dianggap paling relevan untuk menjelaskan perilaku nasabah pada bank syariah. Kepatuhan syariah mewakili karakter utama bank syariah, sedangkan kemudahan mobile banking mencerminkan kualitas layanan digital yang dapat memengaruhi kenyamanan nasabah. Loyalitas nasabah dipilih sebagai variabel akhir karena menunjukkan keberhasilan bank dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah.

¹⁷ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan., "SI-PANDAI (Sistem Informasi Pangkalan Data Internal).," 2026, <https://sipandai.uinsu.ac.id/>.

Variabel lain tidak digunakan agar penelitian tetap fokus, sederhana, dan sesuai dengan tujuan analisis.

Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan (error level) 10% = 0.1

Dilihat dari rumus di atas, maka total sampel yang akan diambil dalam penelitian ini dari total populasi yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad n = \frac{4556}{1 + 4556(0,1)^2} \quad n = \frac{4556}{46,56} \quad n = 97,85 \text{ (dibulatkan menjadi 98)}$$

Dengan demikian, total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 responden. jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala pengukuran Likert. Pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. Berdasarkan teori yang telah dikemukakan sebelumnya dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan bahwa kepatuhan syariah diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, kemudahan mobile banking juga diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara simultan, kehadiran syariah dan kemudahan mobile banking diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Teknis Analisis Data dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik terdapat beberapa uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji Multikolinearitas dan uji heterokedastisitas, selanjutnya Uji Analisis Regresi Linear berganda, Uji Hipotesis yaitu Uji t, Uji F dan Uji koefisien Determinasi (R^2) (Sugiyono, 2022)¹⁸

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi Ke-2)*. (Bandung: Alfabeta, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Responden

Tabel 1. Gambaran Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	61	62%
Laki-laki	37	38%
Total	98	100%

Sumber; Olahan Penulis (2026)

Penelitian ini melibatkan 98 responden yang merupakan mahasiswa FEBI aktif UINSU Medan yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan berjumlah 61 (62%) sedangkan responden laki-laki berjumlah 37 (38%). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Bank Syariah lebih didominasi oleh Perempuan dibandingkan laki-laki.

Tabel 2. Gambaran Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
19-20	60	61%
21-22	33	34%
23-24	5	5%
Total	98	100%

Sumber; Olahan Penulis (2026)

Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 19-20 sebanyak 61%. Kemudian, responden berusia 21-22 berjumlah 34%, sedangkan responden berusia 23-24 terdapat sebanyak 5%. Dari presentase di atas menunjukkan sudah sesuai kriteria Generasi Z sehingga data ini dapat mewakili populasi mahasiswa aktif FEBI UINSU Medan yang aktif menggunakan teknologi digital, termasuk penggunaan Bank Syariah dalam aktivitas sehari-hari.

1. Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*)

Tabel 3. Kemudahan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Kategori Jawaban	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	58	59%
Setuju	34	35%
Netral	6	6%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	98	100%

Sumber; Olahan Penulis (2026)

Kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi faktor penting yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Berdasarkan hasil kuesioner bahwa 94% responden memiliki persepsi positif terhadap kepatuhan syariah bank tempat mereka menabung. Aspek bebas dari riba, kejelasan akad, dan adanya pengawasan Dewan Pengawas Syariah menjadi alasan utama mahasiswa menilai bank syariah telah menjalankan operasionalnya sesuai prinsip Islam, sehingga mereka merasa lebih tenang dan percaya untuk terus menggunakan layanannya dibandingkan berpindah ke lembaga keuangan lain.

2. Kemudahan Mobile Banking (*Convenience of Mobile Banking*)

Tabel 4. Kemudahan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Kategori Jawaban	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	51	52%
Setuju	36	37%
Netral	11	11%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	98	100%

Sumber; Olahan Penulis (2026)

Kemudahan dalam mengakses layanan mobile banking menjadi faktor penting yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Berdasarkan

hasil kuesioner bahwa 89% memiliki persepsi positif terhadap kemudahan mobile banking bank tempat mereka menabung. Aspek tampilan aplikasi yang jelas, proses transaksi yang tidak berbelit, serta fleksibilitas akses kapan saja menjadi alasan utama mahasiswa menilai layanan mobile banking syariah mudah digunakan, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan percaya diri untuk terus memakainya dibandingkan berpindah ke aplikasi dompet digital konvensional.

3. Loyalitas Nasabah (*Customer Loyalty*)

Tabel 5 Loyalitas Nasabah

Kategori Jawaban	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	41	42%
Setuju	43	44%
Netral	13	13%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	98	100%

Sumber; Olahan Penulis (2026)

Kepatuhan syariah dan kemudahan mobile banking secara bersama-sama menjadi faktor penting yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Berdasarkan hasil kuesioner sebanyak 86% memiliki persepsi positif terhadap loyalitas mereka pada bank tempat menabung. Kombinasi antara keyakinan bahwa bank telah menjalankan prinsip syariah dan kenyamanan menggunakan aplikasi mobile banking menjadi alasan utama mahasiswa tetap memilih bertahan menggunakan layanan bank syariah, dibandingkan sepenuhnya beralih ke ekosistem dompet digital konvensional yang lebih dulu akrab dalam keseharian mereka.

1. Uji Validitas

T Tabel (0,1986)	1	2	3	4	5	Ket
X1	0,712	0,713	0,772	0,765	0,677	Valid
X2	0,666	0,675	0,794	0,776	0,823	Valid

Y	0,728	0.743	0,741	0,756	0,741	Valid
---	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari nilai r table berdasarkan uji signifikan 0,05, sehingga kesimpulannya bahwa setiap item pertanyaan dalam penelitian ini telah terbukti valid.

2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,782	0,60	Reliabel
X2	0.790	0.60	Reliabel
Y	0,789	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan data pada diatas, seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai *Cronbach' Alpha* > 0.60. Kondisi ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai. Dengan demikian, variabel X₁, X₂, dan Y dapat dinyatakan reliabel karena telah memenuhi batas minimal reliabilitas yang disyaratkan. Oleh sebab itu, seluruh item pernyataan dalam variabel tersebut dinilai layak dan dapat digunakan sebagai alat ukur pada penelitian ini.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0904354
	Std. Deviation	2.09078315
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.052
	Negative	-.116
Test Statistic		.116

Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.132 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.123
		Upper Bound	.141

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

Pada output data ini, tampak bahwa hasil normalitas memperlihatkan tingkat nilai Monte Carlo signifikansi yang dihasilkan $0,132 > 0,05$. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi residual $> 0,05$ sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.982	1.756		1.129	.262		
	Kepatuhan Syariah	.192	.095	.172	2.013	.047	.634	1.578
	Kemudahan Mobile	.660	.089	.635	7.441	.000	.634	1.578

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil analisis data, terlihat bahwa nilai tolerance dari variabel Kepatuhan Syariah dan Kemudahan Mobile Banking berada $> 0,10$, sedangkan nilai VIF berada < 10 . Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.139	1.012		1.125	.263
	Kepatuhan Syariah	.017	.055	.039	.304	.761
	Kemudahan Mobile	.010	.051	.025	.195	.846

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

- Nilai signifikan untuk variabel Kepatuhan Syariah tercatat sebesar $0,761 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadi heteroskedastisitas yang terjadi pada variabel ini.
- Nilai signifikan untuk variabel Kemudahan Mobile Banking tercatat sebesar $0,846 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadi heteroskedastisitas yang terjadi pada variabel ini.

4. Uji Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.982	1.756		1.129	.262
	Kepatuhan syariah	.192	.095	.172	2.013	.047
	Kemudahan Mobile	.660	.089	.635	7.441	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang diperoleh diatas, maka model regresi tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,982 + 0,192 X_1 + 0,660 X_2 + e$$

- a. Nilai konstanta sebesar 1,982 menyatakan bahwa jika tidak ada Kepatuhan Syariah (X_1) dan Kemudahan Mobile Banking (X_2) maka Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 1,982.
- b. Nilai koefisien regresi Kepatuhan Syariah (X_1) sebesar 0,192 hal ini dapat disimpulkan bahwa jika setiap penambahan sebesar 1 satuan untuk Kepatuhan Syariah (X_1) maka akan meningkatkan Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,192 dan sebaliknya jika Kepatuhan Syariah (X_1) berkurang sebesar 1 satuan maka Loyalitas Nasabah (Y) akan menurun sebesar 0,192. Bilamana X_2 dianggap *ceteris paribus*.
- c. Nilai koefisien regresi Kemudahan Mobile Banking (X_2) sebesar 0,660 hal ini dapat disimpulkan bahwa jika setiap penambahan sebesar 1 satuan untuk Kemudahan Mobile Banking (X_2) maka akan meningkatkan Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,660 dan sebaliknya jika Kemudahan Mobile Banking (X_2) berkurang sebesar 1 satuan maka Loyalitas Nasabah (Y) akan menurun sebesar 0,660. Bilamana X_1 dianggap *ceteris paribus*.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Adjusted R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.566	.556	2.09748

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil koefisien menunjukkan nilai Adjusted R Square mencapai sebesar 0,556 atau 55,6% bahwa variabel Kepatuhan Syariah dan Kemudahan Mobile Banking mampu menjelaskan terhadap Loyalitas Nasabah 55,6% Sementara itu, sisanya sebesar 44,4% dijelaskan oleh variabel atau faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. error	Beta		
1	(Constant)	1.982	1.756		1.129	.262
	Kepatuhan syariah	.192	.095	.172	2.013	.047
	Kemudahan Mobile	.660	.089	.635	7.441	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan tabel diatas, berikut adalah hasil uji t yang diperoleh:

- ii. Pada variabel Kepatuhan Syariah, nilai t hitung adalah 2,013 sementara nilai t tabel adalah 1,98525, sehingga nilai $2,013 > 1,98525$. Nilai signifikan untuk variabel Kepatuhan Syariah sebesar $0,047 < 0,05$. Dengan demikian, keputusannya adalah H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti Kepatuhan Syariah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.
- iii. Pada variabel Kemudahan Mobile Banking nilai statistik uji t adalah 7,441, sementara nilai t tabel adalah 1,98525, sehingga nilai $7,441 > 1,98525$, Nilai signifikan untuk variabel Kemudahan Mobile Banking sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, keputusannya adalah H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti Kemudahan Mobile Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

c. Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538.619	2	269.310	61.215	.000 ^b
	Residual	413.546	94	4.399		
	Total	952.165	96			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS Versi 22

Berdasarkan uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar $61,215 > F$ tabel 3,09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kepatuhan Syariah dan Kemudahan Mobile Banking Kemudahan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

Pembahasan

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji t menunjukkan Kepatuhan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, dengan koefisien regresi 0,192 dan signifikansi 0,047. Artinya semakin nasabah yakin operasional bank bebas dari riba, gharar, dan maysir serta diawasi Dewan Pengawas Syariah, semakin besar kecenderungannya untuk tetap loyal. Temuan ini sejalan dengan hasil kajian pada nasabah bank syariah di Yogyakarta yang menyimpulkan bahwa kepatuhan syariah menjadi fondasi utama pembentuk kepercayaan, dan kepercayaan itulah yang menjadi jembatan menuju loyalitas jangka panjang..

Meski begitu, koefisien Kepatuhan Syariah (0,192) jauh lebih kecil dibanding Kemudahan Mobile Banking (0,660). Ini menggambarkan paradoks pada mahasiswa FEBI UINSU sebagai kelompok yang paham konsep syariah secara akademik namun dalam praktik sehari-hari tetap lebih terpengaruh kepraktisan teknologi. Artinya kepatuhan syariah akan lebih terasa dampaknya pada loyalitas kalau bank mampu menghadirkannya secara nyata dalam pengalaman digital nasabah, misalnya lewat fitur zakat atau transparansi akad yang mudah diakses dari aplikasi, bukan sekadar jaminan normatif di belakang layar.

Rendahnya pengaruh kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah dapat dijelaskan dari karakteristiknya sebagai *credence attribute*, yaitu atribut yang tidak dapat dievaluasi secara langsung oleh nasabah meski telah digunakan berulang kali, karena kesesuaian akad dengan prinsip syariah sulit diverifikasi secara mandiri dan lebih bergantung pada kepercayaan terhadap reputasi lembaga serta pengawasan Dewan Pengawas Syariah. Hal ini berbeda dengan kemudahan mobile banking yang tergolong *search attribute* dan dapat langsung dirasakan saat aplikasi digunakan. Sifatnya yang tidak dapat diobservasi langsung ini membuat kepatuhan syariah lebih berperan sebagai faktor higienis, penting untuk mencegah ketidakpuasan, namun bukan pendorong utama penguatan loyalitas. Karena nasabah tidak dapat secara langsung mengamati atau mengukur tingkat kepatuhan syariah dalam transaksi

harian mereka, atribut ini cenderung dianggap 'sudah terpenuhi' selama tidak ada berita negatif, sehingga dampaknya terhadap pembentukan loyalitas aktif menjadi terbatas.

Pengaruh Kemudahan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Kemudahan Mobile Banking terbukti berpengaruh jauh lebih dominan, ditunjukkan koefisien regresi 0,660 dan t hitung 7,441. Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model dari Davis (1989) yang menegaskan kemudahan penggunaan menjadi penentu utama sikap dan niat pengguna untuk terus memakai suatu teknologi, diperkuat oleh Venkatesh dan Davis (2000) bahwa makin mudah sistem dipelajari, makin tinggi tingkat kepercayaan pengguna untuk mengadopsinya. Temuan serupa juga muncul pada kajian peran digital banking terhadap loyalitas nasabah bank syariah, yang menyimpulkan kemudahan, kecepatan, dan keandalan layanan digital berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Menariknya, temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Batubara dan Anggraini (2022)¹⁹ pada generasi Z di Kota Medan yang justru menemukan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan perbedaan variabel dependen, penelitian tersebut mengukur minat menggunakan (behavioral intention) sementara penelitian ini mengukur loyalitas (perilaku pasca-adopsi). Gen Z adalah digital natives, Bagi mereka antarmuka (interface) yang mudah digunakan dan simpel sudah menjadi standar minimum (hygiene factor / ekspektasi dasar), bukan lagi keunggulan kompetitif. Saat memutuskan berminat mencoba produk perbankan syariah atau tidak, mereka lebih dipengaruhi oleh dorongan nilai syariah, kepraktisan fitur finansial, promosi/keuntungan, atau pengaruh sosial. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan tidak menjadi penentu utama minat mereka.

Pengaruh Simultan Kepatuhan Syariah dan Kemudahan Mobile Banking

Uji F menunjukkan kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, dengan F hitung 61,215 jauh melampaui F tabel 3,09 pada signifikansi 0,000, dan berkontribusi 55,6 persen terhadap variasi loyalitas nasabah. penelitian pada

¹⁹ T Anggraini, "Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 706–25, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>.

nasabah BSI Cabang Bone (Rafika et al., 2025)²⁰ yang menunjukkan kepatuhan syariah dan kemudahan bertransaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking.

Secara teoretis, temuan ini menegaskan loyalitas nasabah Generasi Z tidak bisa dijelaskan dari satu sisi saja. Nilai religius tanpa kemudahan teknologi akan sulit bersaing dengan kepraktisan dompet digital konvensional, sementara kemudahan teknologi tanpa jaminan kepatuhan syariah berisiko menghilangkan identitas dasar bank syariah. Secara praktis, bank syariah perlu mengintegrasikan kepatuhan syariah ke dalam fitur digital, misalnya lewat layanan zakat dan infaq yang mudah diakses dari aplikasi, sebagai satu strategi yang menyatu, bukan dua agenda terpisah.

Besarnya kontribusi simultan (55,6%) sejalan dengan *Trust-Commitment Theory* (Morgan & Hunt, 1994), yang menjelaskan loyalitas paling kuat terbentuk saat kepercayaan emosional (diwakili kepatuhan syariah) dan kepuasan fungsional (diwakili kemudahan aplikasi) hadir bersamaan. Kombinasi ini saling memperkuat, bukan sekadar dijumlahkan, karena nasabah yang percaya secara nilai sekaligus puas secara fungsional punya alasan lebih kuat untuk bertahan.²¹ Kepatuhan syariah membangun komitmen afektif dan rasa aman yang selaras dengan keyakinan, sedangkan kemudahan aplikasi memberikan pengalaman positif berulang yang memperkuat kepuasan relasional dan menurunkan daya tarik alternatif. Ketika kedua kondisi ini bertemu, loyalitas tidak hanya didasarkan pada satu alasan, melainkan pada keselarasan nilai spiritual dan efisiensi praktis, sehingga kontribusi simultan kedua variabel menjadi lebih besar dibandingkan kontribusi parsial.

²⁰ Sindy Rafika, Ahmad Abdul Mutalib, and Abd Rasyid R, "Pengaruh Kepatuhan Syariah Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Cabang Bone," *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 7, no. 1 (2025): 225–35, <https://doi.org/10.36985/byzqfh58>.

²¹ Adelina Lubis, Ihsan Effendi, and Dhian Rosalina, "Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan," *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3, no. 4 (2022): 896–902, <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepatuhan syariah dan kemudahan mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap loyalitas nasabah Generasi Z di kalangan mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. Temuan ini menegaskan bahwa aspek religiusitas dan kepatuhan terhadap prinsip Islam tetap menjadi pertimbangan utama nasabah dalam mempertahankan penggunaan layanan perbankan syariah meskipun di tengah kuatnya disrupsi dari dompet digital konvensional. Di sisi lain, fungsionalitas teknologi yang menawarkan kemudahan akses serta navigasi intuitif pada aplikasi mobile banking menjadi pendorong krusial bagi loyalitas melalui efisiensi transaksi sehari-hari. Dengan demikian, integrasi antara nilai-nilai syariah yang kokoh dengan ekosistem digital yang *user-friendly* terbukti mampu menciptakan daya saing yang kompetitif bagi perbankan syariah dalam menghadapi dinamika pasar keuangan digital saat ini.

Saran

Bagi Peneliti selanjutnya menyarankan untuk memperluas kajian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang berperan dalam membentuk loyalitas nasabah, seperti kualitas layanan digital, kepercayaan, literasi keuangan syariah, persepsi manfaat, dan pengalaman pengguna. Perluasan objek dan wilayah penelitian pada Generasi Z juga diperlukan agar temuan yang diperoleh dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku pengguna layanan perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ali, Muhammad Fahminuddin, and Sunan Hidayatullah. "Finansial Teknologi Syariah Dan Bank Digital." *Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 4, no. 1 (2022): 61–90.
- Andini, Vingkan, Aqwa Naser Daulay, Nur Ahmadi, and Bi Rahmani. "Analysis of Fintech Implementation Strategy in Sharia Bank Financing (Case Study at BSI KCP Cemara Asri)" 15, no. 1 (2026): 85–94.
- Angraini, T. "Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 706–25. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>.
- April, Dui, Yani Simangunsong, and Pakam Tahun. "Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan , Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam) Sumber : Bank Sumut Syariah Kcp Lubuk Pakam." *Journal of Islamic Economics and Finance* 1, no. 4 (2023): 153–73.
- Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Davis, Fred, and Venkatesh Viswanath. "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies." *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204.
- Griffin, Jill, and D Yahya. "Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (Edisi Revisi Dan Terbaru) / Jill Griffin," 2005. <https://www.semanticscholar.org/paper/dc474f803d3b185b0f0342927cd5bc59a8207465>.
- Haza Fatikah, Berliana, and Hasan Albanna. "The Influence of E-Servqual and E-Trust on E-Loyalty : The Role of E-Satisfaction as an Intervening on Islamic Mobile Banking Customer." *Journal of Business Management and Islamic Banking* 1, no. 1 (2022): 119–30. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-08>.
- Lestari, Putri Ayu. "Transformasi Digital Bank Syariah Di Era Teknologi: Perkembangan, Tantangan Dan Peluang Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan." *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism* 5, no. 2 (2025): 62. <https://doi.org/10.31764/jseit.v5i2.30779>.
- Lubis, Adelina, Ihsan Effendi, and Dhian Rosalina. "Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan." *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3, no. 4 (2022): 896–902. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>.
- Medan., Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. "SI-PANDAI (Sistem Informasi Pangkalan Data Internal).," 2026. <https://sipandai.uinsu.ac.id/>.
- Nurhayati, Julina. "Transformasi Digital Dalam Ekonomi Syariah : Inovasi Teknologi Untuk Penguatan Ekosistem Keuangan Halal Di" 10, no. 204 (2025): 1704–14.
- Rafika, Sindy, Ahmad Abdul Mutalib, and Abd Rasyid R. "Pengaruh Kepatuhan Syariah Dan

- Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Cabang Bone." *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 7, no. 1 (2025): 225–35. <https://doi.org/10.36985/byzqfh58>.
- Raihansyah Azdi Bintang, Rafly Ramadhan Simanjuntak, and Ahmad Wahyudi Zein. "Pengaruh Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 4, no. 6 (2026): 496–504. <https://doi.org/10.61722/jiem.v4i6.11193>.
- Rogaya, Natasya, Dwindi Fatima Ishak, Sobiatul Azizah, Vera Wulandari, Citra Annisa Ramadhany, and Choiriyah Choiriyah. "Bank Syariah Di Era Digital: Analisis Tantangan Dan Peluang Transformasi." *TOMAN: Jurnal Topik Manajemen* 2, no. 1 (2025): 189–202. <https://jurnal.sitasi.id/toman/article/view/201>.
- Santoso, Edi, and Rashidah Binti Mohamad Ibrahim. "The Effect of Sharia Compliance, Service Quality, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Islamic Rural Bank Customers in Indonesia." *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)* 3, no. 2 (2022): 1–6. <https://doi.org/10.37231/jmtp.2022.3.2.218>.
- Sepky Mardian. "Tingkat Kepatuhan Syariah Lks." *Urnal Akuntansi Dan Keuangan Islam Vol. 3, No. 1 (2015)* 3, no. 1 (2015): 12.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi Ke-2)*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Yusfiarto, Rizaldi. "The Relationship between M-Banking Service Quality and Loyalty: Evidence in Indonesian Islamic Banking." *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 3, no. 1 (2021): 23–33. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art3>.