

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	15
1.4.2. Kegunaan Praktis	15
1.5. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1. Landasan Teori.....	18
2.1.1. <i>Expectation Confirmation Theory (ECT)</i>	18
2.1.2. <i>Customer Retention</i>	19
2.1.3. <i>Continuance Intention</i>	21
2.1.4. <i>Sharia Compliance</i>	22
2.1.5. <i>Digital Financial Literacy</i>	23
2.1.6. <i>Customer Engagement</i>	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1. Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	29

2.3.2. Pengaruh <i>Digital Financial Literacy</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	30
2.3.3. Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	31
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Retention</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	32
2.3.5. Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap <i>Continuance Intention</i> melalui <i>Customer Retention</i>	33
2.3.6. Pengaruh <i>Digital Financial Literacy</i> terhadap <i>Continuance Intention</i> melalui <i>Customer Retention</i>	34
2.3.7. Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Continuance Intention</i> melalui <i>Customer Retention</i>	36
2.3.8. Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	37
2.4. Kerangka Penelitian Teoritis.....	39
2.5. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Jenis dan Sumber Data	41
3.2. Populasi dan Sampel	42
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4. Teknik Analisis Data.....	47
3.4.1. Uji Kualitas Instrumen.....	47
3.4.2. Statistik Deskriptif dan Uji Asumsi SEM.....	48
3.4.3. Tahapan Permodelan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	48
3.4.4. Uji Hipotesis Mediasi	54
BAB IV ANALISA DATA.....	56
4.1. Gambaran Umum	56
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.2. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	57

4.1.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.2.2. Profil Responden Berdasarkan Generasi	59
4.1.2.3. Profil Responden Berdasarkan Kota Domisili.....	61
4.1.2.4. Profil Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.2.5. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
4.1.2.6. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.1.2.7. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	66
4.1.2.8. Profil Responden Berdasarkan Bank Syariah Yang Saat Ini Digunakan ...	67
4.2. Analisis Indeks Jawaban Responden.....	69
4.2.1. Analisis Indeks Jawaban Responden <i>Sharia Compliance</i>	71
4.2.2. Analisis Indeks Jawaban Responden <i>Digital Financial Literacy</i>	74
4.2.3. Analisis Indeks Jawaban Responden <i>Customer Engagement</i>	78
4.2.4. Analisis Indeks Jawaban Responden <i>Customer Retention</i>	82
4.2.5. Analisis Indeks Jawaban Responden <i>Continuance Intention</i>	87
4.3. Hasil Uji Asumsi SEM.....	92
4.3.1. Uji Normalitas Data	93
4.3.2. Uji <i>Outliers</i>	96
4.3.2.1. Hasil Uji Nilai Batas Mahalanobis Distance	97
4.3.2.2. Hasil Identifikasi Outlier Multivariat	98
4.3.2.4. Hasil Uji Kecukupan Data (<i>Hoelter</i> Indeks).....	100
4.4. Measurement Model.....	100
4.4.1. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Konstruk Eksogen	101
4.4.2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Konstruk Endogen.....	106
4.4.3. Uji Validitas (CFA) Konstruk.....	110
4.4.4. Uji Reliabilitas (CR) Konstruk Eksogen.....	113

4.5. Analisis <i>Structural Model</i>	114
4.5.1. Analisis <i>Full Structural Model</i>	115
4.5.2. <i>Goodness of Fit Structural Model</i>	116
4.6. Pengujian Hipotesis.....	118
4.6.1. Pengujian Pengaruh Langsung (<i>Dirrect Effect</i>).....	118
4.6.2. Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirrect Effect</i>)	120
4.6.3. Uji Mediasi	121
4.7. Pembahasan.....	123
4.7.1. Pembahasan Hipotesis 1: Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	123
4.7.2. Pembahasan Hipotesis 2: Pengaruh <i>Digital Financial Literacy</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	124
4.7.3. Pembahasan Hipotesis 3: Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	126
4.7.4. Pembahasan Hipotesis 4: Pengaruh <i>Customer Retention</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	127
4.7.5. Pembahasan Hipotesis 5: Pengaruh <i>Customer Retention</i> memediasi <i>Sharia Compliance</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	128
4.7.6. Pembahasan Hipotesis 6: Pengaruh <i>Customer Retention</i> memediasi <i>Digital Financial Literacy</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	130
4.7.7. Pembahasan Hipotesis 7: Pengaruh <i>Customer Retention</i> memediasi <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	131
4.7.8. Pembahasan Hipotesis 8: Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	132
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135
5.1. Kesimpulan	135

5.2. Implikasi Penelitian.....	139
5.2.1. Implikasi Teoritis.....	139
5.2.2. Implikasi Manajerial.....	141
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	143
5.3.1. Keterbatasan Model Penelitian.....	143
5.3.2. Keterbatasan Objek Penelitian.....	144
5.4. Saran Penelitian Selanjutnya.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	148
LAMPIRAN.....	156

