

**PENGARUH *PUSH, PULL, AND MOORING FACTORS* TERHADAP
CUSTOMER SWITCHING INTENTION DARI BANK KONVENSIONAL
KE BANK SYARIAH
(STUDI KASUS NASABAH MUSLIM BANK KONVENSIONAL DI DIY)**



SKRIPSI

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

OLEH:

**TAZKIA MAULIDA MAULA
NIM. 17108020042**

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

2022

**PENGARUH *PUSH, PULL, AND MOORING FACTORS* TERHADAP
CUSTOMER SWITCHING INTENTION DARI BANK KONVENSIONAL
KE BANK SYARIAH
(STUDI KASUS NASABAH MUSLIM BANK KONVENSIONAL DI DIY)**



SKRIPSI

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

OLEH:

**TAZKIA MAULIDA MAULA
NIM. 17108020042**

PEMBIMBING:

**Dr. JOKO SETYONO, S.E., M. Si.
NIP. 19730702 200212 1 003**

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

2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



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-935/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PUSH, PULL, AND MOORING FACTORS TERHADAP CUSTOMER SWITCHING INTENTION DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH (STUDI KASUS NASABAH MUSLIM BANK KONVENSIONAL DI DIY)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TAZKIA MAULIDA MAULA
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020042
Telah diujikan pada : Selasa, 09 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A

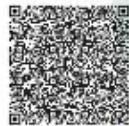
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62f6d2963310



Penguji I
Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 62f6d3b64887



Penguji II
Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K.
SIGNED

Valid ID: 62f6d2e06d0



Yogyakarta, 09 Agustus 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Aidawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 62f6f904a36d

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Sdr. Tazkia Maulida Maula

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalamu`alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Tazkia Maulida Maula

NIM : 17108020042

Judul Skripsi : “Pengaruh *Push, Pull, And Mooring Factors* terhadap *Customer Switching Intention* dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Muslim Bank Konvensional di DIY)”

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

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Juli 2022

Pembimbing



Dr. Joko Setvono, S.E., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tazkia Maulida Maula

NIM : 17108020042

Program Studi: Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Push, Pull, And Mooring Factors* terhadap *Customer Switching Intention* dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Muslim Bank Konvensional di DIY)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi maupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya pelanggaran dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana semestinya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 20 Juli 2022
Penulis



Tazkia Maulida Maula
NIM. 17108020042

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Tazkia Maulida Maula
NIM : 17108020042
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Push, Pull, And Mooring Factors* terhadap *Customer Switching Intention* dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Muslim Bank Konvensional di DIY)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta
Pada tanggal 19 Agustus 2022
Yang Menyatakan



(Tazkia Maulida Maula)

HALAMAN MOTTO

Hidup tenang dengan bersyukur.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk orang tua saya yang senantiasa mendukung saya dalam berbagai kondisi kehidupan hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata dalam Bahasa 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	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)

ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

مُدْعِدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Tā' marbūḥah

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلَّة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	<i>Fathah</i>	Ditulis	<i>A</i>
--- ِ ---	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>i</i>
--- ُ ---	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>u</i>
فَ عَل	<i>Fathah</i>	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُ كِر	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>ḏukira</i>
يَ زِ هِب	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>ā</i>
		Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati	تَانَسَى	Ditulis	<i>ā</i>
		Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	كَرِيمٌ	Ditulis	<i>ī</i>
		Ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwumati	فُرُودٌ	Ditulis	<i>ū</i>
		Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	بَيْنَاكُم	Ditulis	<i>ai</i>
		Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Ḍammah + wāwumati	قَوْلٌ	Ditulis	<i>au</i>
		Ditulis	<i>qaul</i>

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
إِنِّ شَرَكْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti oleh huruf Qamariyyah maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”.

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
الْقِيَّاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

الْأَسْمَاءُ	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الْأَسْمَاءُ	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

Ditulis menurut penulisannya.

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju kebaikan dan senantiasa kita nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah* nanti.

Berkat rahmat dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh *Push, Pull, And Mooring Factors* terhadap *Customer Switching Intention* dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Muslim Bank Konvensional di DIY)”**. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan, baik dari segi penulisan, penyusunan maupun isi.

Dalam penyusunannya, skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberi bimbingan, dukungan dan masukan. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas skripsi ini khususnya kepada:

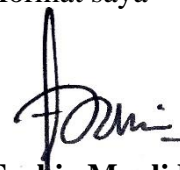
1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, MM. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester.
5. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang

telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada saya selama mengerjakan proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang luas selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh Pegawai dan Staf Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Seluruh Responden yang telah membantu dalam pengisian kuesioner penelitian.
9. Orang tua penulis yang terus percaya dan mendukung dengan doa dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman dekat penulis Umi, Mifta, Ain, Afrigh, Nila yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan membantu banyak hal dalam pengerjaan tugas akhir ini.
11. Teman-teman mahasiswa/i Perbankan Syariah angkatan 2017 yang telah melalui banyak momen suka dan duka bersama penulis.
12. Seluruh pihak yang mendukung dan berkontribusi hingga terselesainya tugas akhir ini.
13. Terakhir, untuk diri saya sendiri yang tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, terimakasih.

Semoga Allah memudahkan segala urusan serta membalas seluruh kebaikan tersebut dengan hal yang lebih baik lagi. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Aamiin ...*

Yogyakarta, 20 Juli 2022
Hormat saya



Tazkia Maulida Maula

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
D. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Bank Konvensional dan Bank Syariah.....	16
B. Teori Migrasi dan <i>Push, Pull, and Mooring (PPM) Model</i>	23
C. Niat Beralih Konsumen (<i>Customer Switching Intention</i>)	27
D. Perilaku Beralih menurut Islam	29
E. Faktor Pendorong	29
F. Faktor Penarik	31
G. Faktor Penambat.....	32
H. Moderasi Faktor Penambat	34

I. Penelitian Terdahulu	35
J. Pengembangan Hipotesis	45
K. Kerangka Pemikiran.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis Penelitian.....	53
B. Populasi dan Sampel	53
C. Jenis dan Pengumpulan Data	54
D. Instrumen Penelitian.....	56
E. Definisi Operasional Variabel.....	56
F. Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV PEMBAHASAN.....	66
A. Deskripsi Responden.....	66
B. Hasil Pengujian Hipotesis	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian	81
BAB V PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan	104
B. Keterbatasan Penelitian.....	105
C. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan DPK dan Kredit/Pembiayaan Perbankan Umum DIY per Juni (yoy)	2
Tabel I. 2 Perbandingan DPK dan Kredit/Pembiayaan Perbankan DIY (setelah <i>merger</i>) per Juni 2021	4
Tabel II. 1 Pertumbuhan Kantor Bank Syariah di Indonesia	21
Tabel II. 2 Perbandingan Bank Konvensional dan Bank Syariah	22
Tabel II. 3 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III. 1 Skala Pengukuran.....	56
Tabel III. 2 Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel IV. 1 Deskripsi Responden	67
Tabel IV. 2 Nilai Outer Loading	70
Tabel IV. 3 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	71
Tabel IV. 4 Fornell-Larcker	73
Tabel IV. 5 Nilai Composite Reliability	74
Tabel IV. 6 Nilai R-Square dan Q-square	77
Tabel IV. 7 Hasil Uji Hipotesis.....	78
Tabel IV. 8 Detail Jawaban Kuesioner Ketidakpuasan.....	82
Tabel IV. 9 Detail Jawaban Kuesioner Penentuan Harga	84
Tabel IV. 10 Detail Jawaban Kuesioner Alternatif Kedayatarikan.....	87
Tabel IV. 11 Detail Jawaban Kuesioner Biaya Beralih	90
Tabel IV. 12 Detail Jawaban Kuesioner Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Perbandingan DPK dan Kredit/Pembiayaan Perbankan Umum DIY per Juni (yoy)	2
Gambar II. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	52
Gambar IV. 1 Model Struktural	69
Gambar IV. 2 Model Struktural	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 2 Deskripsi Responden Penelitian	123
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	124
Lampiran 4 Hasil Pengujian Outer Model	129
Lampiran 5 Hasil Pengujian Inner Model.....	130
Lampiran 6 Nilai Factor Loading.....	131
Lampiran 7 Nilai Fornell-Larcker.....	134
Lampiran 8 Nilai Alpha, AVE, dan Composite Reliability	135
Lampiran 9 Nilai R square	135
Lampiran 10 Path Coefficient	135
Lampiran 11 Uji Blindfolding.....	136
Lampiran 12 Curriculum Vitae	137



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang termasuk dalam *Push, Pull, and Mooring* (PPM) terhadap *customer switching intention* atau niat beralih nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah. Dalam penelitian ini data yang diolah sebanyak 111 responden yang mana didapatkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan menggunakan *google form*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alternatif kedayatarikan sebagai faktor penarik berpengaruh positif terhadap niat beralih, selain itu, interaksi moderasi pada penelitian ini hanya terjadi pada hubungan alternatif kedayatarikan terhadap niat beralih yang dimoderasi negatif oleh biaya beralih. Sedangkan ketidakpuasan sebagai faktor pendorong dan biaya beralih sebagai faktor penambat memiliki pengaruh terhadap niat beralih akan tetapi tidak sesuai dengan hipotesis.

Kata kunci: Bank konvensional, Bank Syariah, Faktor Pendorong, Faktor Penarik, Faktor Penambat, Niat Beralih

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the variables included in Push, Pull, and Mooring (PPM) on muslim customers switching intentions of Conventional banks to Islamic banks. In this study, the data processed were 111 respondents, which were obtained through the distribution of online questionnaires using the google form. The analytical technique used in this research is Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). The results of this study indicate that the alternative attractiveness as a pull factor has a positive effect on switching intentions, in addition, the moderating interaction in this study only occurs in the relationship between alternative attractiveness to switching intentions which is negatively moderated by switching costs. Meanwhile, dissatisfaction as a push factor and switching costs as a mooring factor have an influence on switching intentions but are not in accordance with the hypothesis.

Keywords: *Conventional Banks, Islamic Banks, Push Factor, Pull Factor, Mooring Factor, Customer Switching Intention*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

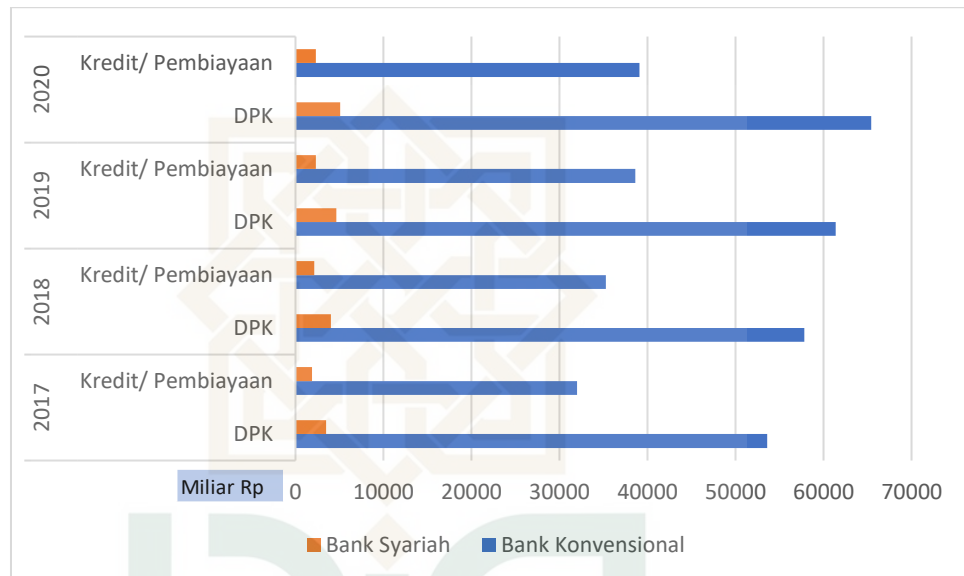
Peran perbankan dalam stabilitas ekonomi suatu negara merupakan hal yang sangat krusial. Perbankan sebagai lembaga intermediasi keuangan seperti menjadi tali penghubung dari pihak-pihak yang memiliki dana surplus kepada pihak-pihak yang mengalami defisit dana. Perbankan bertindak sebagai pihak yang mengelola dana-dana tersebut sehingga pendistribusiannya memberikan manfaat bagi masing-masing pihak.

Sistem perbankan di Indonesia menganut sistem *Dual banking system*, yang mana terdapat dua sistem perbankan yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Hal ini terlaksana setelah diberlakukannya Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992, kemudian diperkuat dengan Undang-undang Nomor 10 tahun 1998, dan ditegaskan lagi dengan undang-undang yang secara spesifik membahas perbankan syariah yaitu Undang-undang Nomor 21 tahun 2008. (Antonio & Nugraha, 2012)

Keberadaan perbankan konvensional yang lebih dulu daripada perbankan syariah, menyebabkan masyarakat terbiasa menggunakan bank konvensional sebagai pilihan satu-satunya penyedia layanan perbankan. Hal ini memunculkan tingkat ketimpangan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Kredit/ Pembiayaan yang disalurkan antara bank umum konvensional dan bank umum syariah. Tak terkecuali, Daerah Istimewa Yogyakarta juga

mengalami kondisi tersebut. Berikut grafik perbandingan DPK dan Kredit/ Pembiayaan keduanya dapat dilihat pada data di bawah:

Gambar I. 1
Perbandingan DPK dan Kredit/Pembiayaan Perbankan Umum
DIY per Juni (yoy)



Tabel I. 1 Perbandingan DPK dan Kredit/Pembiayaan Perbankan Umum DIY per Juni (yoy)

Tahun	Jenis	Bank Konvensional (Miliar Rp)	Bank Syariah (Miliar Rp)
2017	DPK	53.598	3.475
	Kredit/ Pembiayaan	32.000	1,872
2018	DPK	57.811	4.024
	Kredit/ Pembiayaan	35.281	2.118
2019	DPK	61.386	4.633
	Kredit/ Pembiayaan	38.609	2.323
2020	DPK	65.405	5.077
	Kredit/ Pembiayaan	39.088	2.303

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia; Statistik Perbankan Syariah (data

diolah)

Pada grafik dan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa penetrasi bank umum syariah di DIY jauh tertinggal dibandingkan dengan bank umum konvensional. Hal ini juga diperkuat dengan tidak masuknya Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) pada 10 besar provinsi dengan nilai aset terbesar perbankan syariah sejak tahun 2018-2021 (*Snapshot Perbankan Syariah 2018-2021*). Keadaan tersebut tentunya bertentangan dengan wilayah DIY yang merupakan daerah dengan 92,87% penduduk muslim (Kusnandar, 2021), yang mana dengan dominasi muslim tersebut sudah seharusnya diharapkan DIY memiliki industri keuangan syariah yang kuat pula.

Ketimpangan ini sangat disayangkan dikarenakan DIY bersama dengan Jawa Tengah sempat menjadi tempat pelaksanaan salah satu *roadmap* perbankan syariah 2015-2019 dalam upaya peningkatan literasi keuangan syariah. Selain itu, dari 12 Bank Umum Syariah dan 20 Unit Usaha Syariah yang ada di Indonesia, beberapa sudah memiliki baik Kantor Cabang (KC), Kantor Cabang Pembantu (KCP), Kantor Kas (KK), Kantor Pusat Operasional (KPO), dan Unit Pelayanan Syariah (UPS) di wilayah DIY yaitu sebanyak 45 kantor Bank Umum Syariah dan 17 kantor Unit Usaha Syariah (Statistik Perbankan Syariah, Juni 2021).

Kondisi ketimpangan ini, tetap terjadi secara signifikan meskipun pemerintah sudah melakukan inovasi *merger* bank umum syariah berplat merah sejak Februari 2021, perbandingan DPK dan Kredit/Pembiayaan

bank umum konvensional dan bank umum syariah DIY per Juni 2021 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel I. 2 Perbandingan DPK dan Kredit/Pembiayaan Perbankan DIY (setelah merger) per Juni 2021

	DPK	Kredit/ Pembiayaan
Bank Konvensional (Miliar Rp)	72.468	41.679
Bank Syariah (Miliar Rp)	5.476	2.571

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia; Statistik Perbankan Syariah (data diolah)

Dapat dilihat pada tabel diatas, meskipun DPK dan pembiayaan bank umum syariah mengalami peningkatan sejak Juni 2020 akan tetapi nilainya bahkan belum bisa mencapai 15% dari DPK dan kredit bank umum konvensional. Selain itu pangsa pasar bank syariah di DIY pun hanya sekitar 9% per Maret 2021 (Tinus, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah perlu mengetahui penyebab seorang muslim belum mau untuk beralih ke bank syariah agar dapat meningkatkan pangsa pasar bank syariah di DIY.

Peningkatan secara signifikan DPK, Pembiayaan, dan pangsa pasar bank umum syariah di DIY dapat terjadi apabila nasabah muslim yang menggunakan bank konvensional melakukan peralihan atau migrasi ke bank syariah. Kondisi ini tentunya didasari akan landasan hukum islam yang dipegang oleh seorang muslim, yaitu menghindari riba atau bunga.

Peralihan (*Switching*) dari bank konvensional ke bank syariah juga dapat dikatakan “hijrah” bagi seorang muslim dalam konteks kontemporer,

karena dengan tetap menggunakan layanan bank konvensional, seorang muslim tidak dapat menghindari adanya praktik riba atau bunga pada bank konvensional. (Hati *et al.*, 2020).

Berdasarkan apa yang terjadi di DIY yaitu populasi 92,87% muslim dengan rendahnya DPK, Pembiayaan, dan pangsa pasar perbankan syariah, memperlihatkan bahwa perilaku beralih nasabah muslim dari bank konvensional ke bank syariah masih sangat rendah, meskipun sudah dilaksanakan banyak inisiatif dan inovasi untuk perkembangan perbankan syariah yaitu *merger*. Rendahnya perilaku berpindah nasabah muslim dari bank konvensional ke bank syariah menimbulkan beberapa pertanyaan, seperti, alasan seseorang memilih untuk tidak beralih ke bank syariah, faktor-faktor apa yang mendorong maupun menghambat seseorang untuk beralih ke bank syariah dan berasal dari manakah faktor-faktor tersebut, apakah berasal dari bank konvensional, bank syariah, atau faktor lain yang memberikan pengaruh penting (Choi, 2018).

Dilatarbelakangi pertanyaan-pertanyaan tersebut, Penelitian ini akan meneliti tentang hal-hal apa saja yang berpengaruh terhadap peralihan nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah menggunakan pendekatan teori *Push-Pull-Mooring* (PPM). Teori PPM sendiri merupakan teori yang membahas tentang migrasi secara geografis, namun kemudian diadaptasi untuk menganalisis perilaku beralih atau migrasi pada penyedia layanan (Bansal *et al.*, 2005).

Perilaku beralih dapat diartikan sebagai tindakan menyudahi hubungan dengan penyedia produk/jasa awal dan memulai hubungan dengan penyedia produk/jasa yang masih sejenis, ditandai dengan berhentinya membeli dan menggunakan produk/jasa dari layanan tersebut (Vyas & Raitani, 2014). Dalam melakukan sebuah tindakan tentunya tidak terhindar dari niat berperilaku, oleh sebab itu niat beralih biasanya bertindak sebagai penentu dalam melakukan perilaku beralih.

Niat beralih (*Customer Switching Intention*) merupakan derajat kemungkinan konsumen untuk berpindah penyedia jasa baru dari penyedia layanan yang sedang digunakan (Bansal *et al.*, 2005). Penelitian ini akan berfokus pada niat beralih saja dikarenakan responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu nasabah muslim bank konvensional yang belum melakukan migrasi atau peralihan aktual ke penyedia jasa alternatif (bank syariah).

Untuk mengetahui niat beralih dengan menggunakan model PPM, faktor-faktor yang digunakan dikelompokkan menjadi faktor pendorong beralih (*Push factor*), faktor penarik beralih (*Pull factor*), dan faktor penambat beralih (*Mooring factor*). Tidak seperti teori-teori lain yang memiliki faktor-faktor yang pasti, faktor-faktor pendorong, penarik, dan penambat dalam model PPM ini tidak pasti, dapat dilakukan penambahan dan pengurangan faktor bergantung pada topik penelitian yang dilakukan (Choi, 2018)

Faktor pendorong (*Push factor*) merupakan faktor negatif yang ada pada penyedia layanan asal (dalam konteks penelitian ini adalah bank konvensional) yang kemudian mendorong seseorang untuk beralih pada penyedia layanan alternatif (bank syariah). Faktor pendorong yang digunakan pada penelitian ini adalah Ketidakpuasan dan Penentuan Harga.

Ketidakpuasan merupakan perasaan kecewa yang disebabkan oleh tidak selarasnya kinerja yang diharapkan konsumen dengan kinerja dari suatu produk atau jasa yang diterima. Konsumen yang merasa produk atau jasa yang diterimanya tidak sesuai akan mengeluh dan cenderung memiliki niat beralih pada produk atau jasa lain (Yoon & Lim, 2021). Namun, penelitian yang dilakukan oleh Djusmin & Dirgahayu (2019) dan Sun *et al.* (2017) menunjukkan perbedaan hasil penelitian. Pada penelitian Djusmin & Dirgahayu (2019) ketidakpuasan memiliki pengaruh pada niat beralih konsumen sedangkan pada penelitian Sun *et al.* (2017) ketidakpuasan tidak mempengaruhi niat beralih konsumen.

Selain ketidaksesuaian ekspektasi dan realita pada kinerja produk atau jasa, ketidaksesuaian harga yang harus dibayarkan dengan harga yang diharapkan juga dapat meningkatkan kemungkinan seseorang untuk berpindah ke penyedia jasa lain (Jung *et al.*, 2017). Namun hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bellami (2018) yang menyatakan bahwa penentuan harga tidak memiliki pengaruh pada niat beralih konsumen.

Kemudian faktor kedua adalah faktor penarik (*Pull factor*), yang mana merupakan faktor positif yang ada pada penyedia layanan alternatif yang memikat konsumen penyedia layanan asal memiliki keinginan untuk beralih. Faktor penarik pada penelitian ini adalah alternatif kedayatarikan yang mana merupakan karakteristik dari penyedia layanan alternatif yang dapat menarik perhatian konsumen lain. Meskipun adanya daya tarik dari penyedia layanan alternatif, penelitian Choi (2018) dan Sun *et al.* (2017) mengalami perbedaan hasil, pada Sun *et al.* (2017) daya tarik alternatif ternyata tidak dapat mempengaruhi niat beralih konsumen ke penyedia layanan alternatif.

Selanjutnya faktor penambat (*Mooring factor*) merupakan faktor-faktor lain yang dapat memfasilitasi maupun menghambat peralihan konsumen penyedia layanan asal ke penyedia layanan alternatif. Faktor penambat dapat berperan sebagai faktor yang mendukung ataupun menghambat hubungan faktor pendorong dengan niat beralih dan faktor penarik dengan niat beralih. Faktor penambat yang digunakan pada penelitian ini adalah Biaya beralih dan Norma subjektif yang tidak menguntungkan.

Biaya beralih adalah pengorbanan yang terjadi ketika seseorang beralih layanan. Apabila biaya beralih dinilai tinggi oleh seorang konsumen, konsumen dapat membatalkan niat beralih ke penyedia alternatif dan tetap menggunakan penyedia layanan yang sedang digunakan (Fan *et al.* 2020). Namun, hal ini bertentangan dengan penelitian Jung *et al.* (2017) dan Bansal

et al. (2005) yang mengungkapkan bahwa biaya beralih tidak dapat memoderasi hubungan dari faktor pendorong dan faktor penarik dengan niat beralih.

Selain perihal biaya, persepsi individu terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain juga dapat mempengaruhi niat beralih dari penyedia jasa awal (Bansal *et al.*, 2005). Persepsi tersebut dapat dinamakan dengan norma subjektif. Akan tetapi hal tersebut berlawanan dengan hasil penelitian Wu *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa norma subjektif tidak dapat memoderasi faktor pendorong dan penelitian Widodo *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa norma subjektif tidak dapat memoderasi faktor penarik.

Adanya perbedaan hasil penelitian pada niat beralih menunjukkan bahwa perlu dilakukan kajian lebih lanjut untuk faktor-faktor tersebut. Selain itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menggunakan objek penelitian peralihan nasabah bank konvensional ke bank syariah yang mana penelitian pada objek penelitian ini dengan model PPM masih sangat minim. Penelitian ini juga dilakukan setelah bank syariah memulai transformasi dengan adanya *merger* bank syariah berplat merah sehingga diantisipasi terdapat perbedaan hasil.

Berdasarkan Uraian yang telah disebutkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul **“Pengaruh *Push, Pull, And Mooring Factors* terhadap *Customer Switching Intention* dari Bank**

Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Muslim Bank Konvensional di DIY)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan peneliti, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Ketidakpuasan yang berperan sebagai Faktor Pendorong berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
2. Apakah Penentuan Harga yang berperan sebagai Faktor Pendorong berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
3. Apakah Alternatif Kedayatarikan yang berperan sebagai Faktor Penarik berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
4. Apakah Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
5. Apakah Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan dalam memoderasi Ketidakpuasan dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
6. Apakah Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan dalam memoderasi Penentuan Harga dengan

Switching Intention Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?

7. Apakah Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan dalam memoderasi Alternatif Kedayatarikan dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
8. Apakah Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
9. Apakah Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan dalam memoderasi Ketidakpuasan dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
10. Apakah Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan dalam memoderasi Penentuan Harga dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?
11. Apakah Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat berpengaruh signifikan dalam memoderasi Alternatif Kedayatarikan dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Ketidakpuasan yang berperan sebagai Faktor Pendorong terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh Penentuan Harga yang berperan sebagai Faktor Pendorong terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh Alternatif Kedayatarikan yang berperan sebagai Faktor Penarik terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat dalam memoderasi Ketidakpuasan dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
6. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat dalam memoderasi Penentuan Harga dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
7. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Beralih yang berperan sebagai Faktor Penambat dalam memoderasi Alternatif Kedayatarikan dengan

Switching Intention Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.

8. Untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat terhadap *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
9. Untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat dalam memoderasi Ketidakpuasan dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
10. Untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat dalam memoderasi Penentuan Harga dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.
11. Untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan yang berperan sebagai Faktor Penambat dalam memoderasi Alternatif Kedayatarikan dengan *Switching Intention* Nasabah muslim Bank Konvensional ke Bank Syariah.

Kegunaan penelitian ini selanjutnya dapat dibagi menjadi dua kegunaan, yaitu:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan andil sumber pengetahuan dan referensi bagi penelitian di masa mendatang yang

berhubungan dengan niat beralih nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.

2. Bagi Praktisi

Bagi Bank Syariah penelitian ini dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan saat menargetkan pasar nasabah muslim bank konvensional untuk dapat beralih ke bank syariah. Sedangkan untuk bank konvensional, penelitian ini dapat memberikan informasi terkait hal-hal apa saja dari bank konvensional yang perlu diperbaiki.

D. Sistematika Pembahasan

Dalam kajian penelitian ini, sistematika pembahasan secara garis besar dibagi menjadi lima bab yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat telaah pustaka sebagai referensi penelitian, landasan teori, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat gambaran tentang metode penelitian yang digunakan yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan

data, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat deskripsi objek penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdapat kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran bagi pihak-pihak perusahaan maupun pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan serta saran bagi peneliti selanjutnya

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan temuan dari penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketidakpuasan berpengaruh negatif signifikan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
2. Penentuan Harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
3. Alternatif Kedayatarikan berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
4. Biaya Beralih berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
5. Biaya Beralih tidak dapat melemahkan hubungan ketidakpuasan dengan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
6. Biaya Beralih tidak dapat melemahkan hubungan penentuan harga dengan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.

7. Biaya Beralih dapat melemahkan hubungan alternatif kedayatarikan dengan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
8. Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
9. Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan tidak dapat melemahkan hubungan ketidakpuasan dengan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
10. Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan tidak dapat melemahkan hubungan penentuan harga dengan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.
11. Norma Subjektif yang Tidak Menguntungkan tidak dapat melemahkan hubungan alternatif kedayatarikan dengan terhadap *Switching Intention* nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah dilakukan sebaik mungkin oleh peneliti, akan tetapi adanya kendala tetap tidak bisa dihindarkan dalam sebuah penelitian.

Dengan demikian berikut keterbatasan-keterbatasan dari penelitian ini:

1. Meskipun penelitian ini sudah mengikuti kaidah penentuan sampel, namun penelitian ini masih belum bisa mendapatkan sampel secara merata dan baru bisa mencakup sampel minimal penelitian, sehingga

dapat terjadi keterbatasan ketika pengolahan data dan pembahasan data.

2. Penggunaan model *Push Pull Mooring* pada penelitian ini terbatas pada niat beralih nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah saja, belum sampai membahas perilaku aktual peralihan nasabah bank konvensional ke bank syariah.
3. Dalam penelitian ini, penggunaan variabel berupa biaya beralih dan norma subjektif yang tidak menguntungkan dalam memoderasi hubungan ketidakpuasan, penentuan harga, dan alternatif kedayatarikan masih belum memiliki banyak referensi, sehingga pembahasan terkait hal tersebut belum terlalu mendalam.

C. Saran

1. Untuk penelitian yang mendatang terkait dengan model *Push Pull Mooring* diharapkan dapat membahas perilaku aktual peralihan nasabah bank konvensional ke bank syariah, dikarenakan penelitian ini baru membahas sampai niat beralih saja.
2. Dapat dilakukan penambahan variabel terkait model *Push Pull Mooring* yang memiliki hubungan dengan bank syariah contohnya seperti variabel yang memiliki keterkaitan dengan riba.
3. Penambahan sampel yang lebih besar dapat dilakukan serta persebaran sampel secara merata sehingga dapat mendukung pengolahan data dan pembahasan data yang lebih baik.

4. Dengan berpengaruhnya alternatif kedayatarikan pada niat beralih nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah, menunjukkan bahwa bank syariah memiliki daya tarik tersendiri. Daya tarik ini dapat ditingkatkan dengan melakukan sosialisasi untuk menjangkau lebih banyak orang untuk dapat mengetahui lebih dalam terkait bank syariah, hal ini dikarenakan literasi terkait keuangan syariah di Indonesia masih sangat rendah. Dengan demikian, diharapkan dengan sosialisasi terkait bank syariah dapat meningkatkan literasi keuangan syariah di Indonesia dan meningkatkan calon nasabah yang memiliki keinginan untuk beralih ke bank syariah.
5. Selain itu, peran moderasi biaya beralih dalam melemahkan alternatif kedayatarikan terhadap niat beralih dapat menjadi kritik untuk bank syariah agar memudahkan dan meminimalisir biaya dan usaha ketika seseorang berminat menggunakan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Khasawneh, M. H., & Irshaidat, R. (2017). Empirical validation of the decomposed theory of planned behaviour model within the mobile banking adoption context. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 8(1), 58–76. <https://doi.org/10.1504/IJEMR.2017.083553>
- Andres, A., & Lamartine, F. (2021). *Exploring the factors influencing users' intention to switch MIM application: A push, pull, mooring framework perspective Master thesis. 970715.*
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. GEMA INSANI.
- Antonio, M. S., & Nugraha, H. F. (2012). Peran intermediasi sosial perbankan syariah: Inisiasi pelayanan keuangan bagi masyarakat miskin. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(2).
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). "Migrating" to new service providers: Toward a unifying framework of consumers' switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 96–115. <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>
- Bellami, A. (2018). Analisis Perilaku Beralih Layanan Pembiayaan Berbasis Financial Technology (Crowdlending) dengan Pendekatann Push-Pull-Mooring. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Budiman, J., & Susanty, Y. F. (2014). Analisis Komparatif Penerapan Suku Bunga KPR Bank di Batam. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 14(1).

<https://doi.org/10.28932/JMM.V14I1.75>

Budisantoso, T., & Nuritomo. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Edisi 3). Salemba Empat.

Choi, J. (2018). A study on factors affecting a customer ' s switching intention to pure-play Internet bank using the Push-Pull-Mooring model Push-Pull-Mooring 모델을 활용한. *Seoul National University's Journal*, 0–69.

Djusmin, V., & Dirgahayu, R. T. (2019). Push Pull Mooring dan Psychological Ownership terhadap Perilaku Beralih Pengguna Instant Messaging. *Indonesian Journal of Information Systems*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24002/ijis.v2i1.2013>

Fajrin, N. (2015). Hubungan antara kemandirian dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University. *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/1250/>

Fan, L., Zhang, X., Rai, L., & Du, Y. (2020). Mobile payment: The next frontier of payment systems? - an empirical study based on push-pull-mooring framework. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(2), 155–169. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762021000200111>

Guo, J., Shan, S., Wang, Y., & Khan, Y. A. (2021). Analyzing Chinese Customers' Switching Intention of Smartphone Brands: Integrating the Push-Pull-

- Mooring Framework. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2021.
<https://doi.org/10.1155/2021/6660340>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate data analysis: Pearson new international edition. *Essex: Pearson Education Limited, 1(2)*.
- Han, H., Kim, W., & Hyun, S. S. (2011). Switching intention model development: Role of service performances, customer satisfaction, and switching barriers in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management, 30(3)*, 619–629. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.11.006>
- Haryanto, J., & Chairy. (2007). Model Baru Dalam Migrasi Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Fakultas Ekonomika & Bisnis UKSW, Vol. XIII*.
- Hati, S. R. H., Gayatri, G., & Indraswari, K. D. (2020). Migration (Hijra) to Islamic bank based on push–pull–mooring theory: a services marketing mix perspective. *Journal of Islamic Marketing*.
- Hou, A. C. Y., Chern, C. C., Chen, H. G., & Chen, Y. C. (2011). “Migrating to a new virtual world”: Exploring MMORPG switching through human migration theory. *Computers in Human Behavior, 27(5)*, 1892–1903.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.04.013>
- Jogiyanto, H., & Abdillah, W. (2019). *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris (Edisi Pert)*. BPFE-YOGYAKARTA.
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2002). Why customers stay:

Measuring the underlying dimensions of services switching costs and managing their differential strategic outcomes. *Journal of Business Research*, 55(6), 441–450. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00168-5](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00168-5)

Jung, J., Han, H., & Oh, M. (2017). Travelers' switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-mooring framework. *Tourism Management*, 59, 139–153. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.018>

Karim, A. A. (2013). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (4th ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Kasmir. (2013). *Dasar-Dasar Perbankan* (Revisi). Rajawali Pers.

Keaveney, S. M. (1995). Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71. <https://doi.org/10.2307/1252074>

kneks.go.id. (2019, December 11). *Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Kneks.Go.Id. <https://knks.go.id/berita/205/literasi-dan-edukasi-keuangan-syariah-akan-di-dorong-dengan-implementasi-meksi?category=1>

Kompas.com. (2021). *Ini 4 Bank dengan Aset Terbesar di Indonesia, Bank Mandiri Nomor 1*. www.kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2021/08/19/143700426/ini-4-bank-dengan-aset-terbesar-di-indonesia-bank-mandiri-nomor-1?page=all>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Edisi ke-1). Erlangga.

- Kusnandar, V. B. (2021). *Sebanyak 92,87% Penduduk Yogyakarta Beragama Islam pada Juni 2021* / *Databoks*. Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/17/sebanyak-9287-penduduk-yogyakarta-beragama-islam-pada-juni-2021>
- Lewis, G. (1982). *Human Migration: a geographical perspective*.
- Njite, D., Kim, W. G., & Kim, L. H. (2008). Theorizing consumer switching behavior: A general systems theory approach. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 9(3), 185–218.
<https://doi.org/10.1080/15280080802412701>
- Puteri, H. E. (2020). Menentukan Populasi dan Sampel Dalam Riset. *ReaseachGate*, 12(April).
- Ravenstein, E. G. (1885). The Laws of Migration. *Journal of the Statistical Society of London*, 48(2), 167. <https://doi.org/10.2307/2979181>
- Resty, N. N. H. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Menabung Nasabah Milenial Di Bank Syariah Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rhoudri, S. (2021). *Predictive Factors of Withdrawal Behavior among Profit-Sharing Investment Depositors in Morocco : A Qualitative Study from the Perspective of Push-Pull-Mooring Framework Predictive Factors of Withdrawal Behavior among Profit-Sharing Investment Depositors* . 2(4), 498–516. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5148361>

- Riza, A. F. (2017). Skeptisme Nasabah Terhadap Klaim Syariah dari Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, V(Nomor 2), 66–80.
- Santi, M. (2015). Bank Konvensional vs Bank Syariah. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 2(1), 222–243.
- Saragih, U. (2018). Perbedaan Kemandirian ditinjau dari Jenis Kelamin pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. *Skripsi Universitas Medan Area*.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi Partial Least Square SEM (PLS-SEM)* (A. Prabawati (ed.)). ANDI.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*.
<https://books.google.co.id/books?id=Ko6bCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Setiani, C. (2019). Pengaruh Push – Pull – Mooring Factors (PPM) Terhadap Customers Switching Intention dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Sumogawe, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang). *Skripsi IAIN Salatiga*. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/6264/>
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sun, Y., Liu, D., Chen, S., Wu, X., Shen, X. L., & Zhang, X. (2017). Understanding users' switching behavior of mobile instant messaging applications: An

empirical study from the perspective of push-pull-mooring framework. *Computers in Human Behavior*, 75, 727–738. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.014>

Tinus. (2021). *Market Share Perbankan Syariah DIY Melebihi Nasional - Bisnis / RRI Yogyakarta /*. Rri.Co.Id. https://rri.co.id/yogyakarta/719-bisnis/996619/market-share-perbankan-syariah-diy-melebihi-nasional?utm_source=terbaru_widget&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General_Campaign

Tjiptono, F. (2004). *Perspektif Manajemen & Pemasaran Komputer*. Andi.

Tsai, H.-T., & Huang, H.-C. (2007). Determinants of e-repurchase intentions: An integrative model of quadruple retention drivers. *Information & Management*, 44(3), 231–239. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.11.006>

Vyas, V., & Raitani, S. (2014). Drivers of customers' switching behaviour in Indian banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 32(4), 321–342. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2013-0033>

Widodo, E., Palullungan, D., & Syairudin, B. (2019). Implementing PPM framework to customer's switching behaviour in dual-channel service supply chain. *Journal of Physics: Conference Series*, 1367(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1367/1/012043>

Wu, K., Vassileva, J., & Zhao, Y. (2017). Understanding users' intention to switch personal cloud storage services: Evidence from the Chinese market. *Computers in Human Behavior*, 68, 300–314.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.039>

Yoon, C., & Lim, D. (2021). Customers' intentions to switch to internet-only banks: Perspective of the push-pull-mooring model. *Sustainability (Switzerland)*, 13(14), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13148062>

Yuana, P. (2018). *Perilaku Menabung Nasabah Muslim di Perbankan Syariah*. 5(1), 2116–2140. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/155038>

Zhang, K. Z. K., Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Chen, H. (2008). Understanding the blog service switching in Hong Kong: An empirical investigation. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–9. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2008.478>

Zuraya, N. (2021). *Pembiayaan BPRS Diproyeksikan Meningkatkan pada 2022 /* *Republika Online*. [Www.Republika.Com](http://www.Republika.Com). <https://www.republika.co.id/berita/r3j553383/pembiayaan-bprs-diproyeksikan-meningkat-pada-2022>

Snapshot Perbankan Syariah Periode Juni 2018

Snapshot Perbankan Syariah Periode Juni 2019

Snapshot Perbankan Syariah Periode Juni 2020

Snapshot Perbankan Syariah Periode Juni 2021

Statistik Perbankan Indonesia Periode Juni 2017

Statistik Perbankan Indonesia Periode Juni 2018

Statistik Perbankan Indonesia Periode Juni 2019

Statistik Perbankan Indonesia Periode Juni 2020

Statistik Perbankan Indonesia Periode Juni 2021

Statistik Perbankan Syariah Periode Juni 2017

Statistik Perbankan Syariah Periode Juni 2018

Statistik Perbankan Syariah Periode Juni 2019

Statistik Perbankan Syariah Periode Juni 2020

Statistik Perbankan Syariah Periode Juni 2021