

ANALISIS EMPIRIS *SWITCHING INTENTION* NASABAH BANK SYARIAH

(Studi *Digital Banking* Aladin Syariah)



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENDAPATKAN GELAR
STRATA SATU (S1)**

Oleh:

FADYATUL AFRA

NIM. 18108020071

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

2022

ANALISIS EMPIRIS *SWITCHING INTENTION* NASABAH BANK SYARIAH

(Studi *Digital Banking* Aladin Syariah)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENDAPATKAN GELAR
STRATA SATU (S1)**

Oleh:

FADYATUL AFRA

NIM. 18108020071

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI:

ALEX FAHRUR RIZA, S.E., M.Sc., CMA.

NIP. 19900412 00000 1 301

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

2022



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-1513/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2022

Tugas Akhir dengan judul : SWITCHING INTENTION NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH (STUDI DIGITAL BANKING ALADIN SYARIAH)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FADYATUL AFRA
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020071
Telah diujikan pada : Jumat, 04 November 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 6396910b1c0f



Penguji I

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

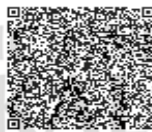
Valid ID: 6399788574725



Penguji II

Hasan Al Banna, SEI., M.E
SIGNED

Valid ID: 6396f6b6868bc



Yogyakarta, 04 November 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaizza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63a13807c24fd

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Fadyatul Afra

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 perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fadyatul Afra

NIM : 18108020071

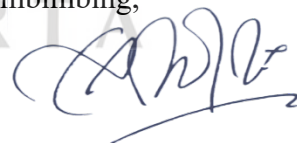
Judul Skripsi : *Switching Intention* Nasaabah Bank Digital Syariah (Studi *Digital Banking* Aladin Syariah)

Sudah dapat diajukan Kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ekonomi Islam. Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera di munaqosah. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 28 September 2022

Pembimbing,



Alex Fahrur Riza, S.E., M.Sc., CMA.

NIP: 19900412 000000 1 301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadyatul Afra

NIM : 18108020071

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**ANALISIS EMPIRIS SWITCHING INTENTION NASABAH BANK SYARIAH (STUDI DIGITAL BANKING ALADIN SYARIAH)**" adalah benar-benar hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun suduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam bodynote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 Oktober 2022

Penulis



Fadyatul Afra

18108020071

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadyatul Afra
NIM : 18108020071
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS EMPIRIS *SWITCHING INTENTION* NASABAH BANK SYARIAH (STUDI *DIGITAL BANKING ALADIN SYARIAH*)”

Beserta perangkat yang (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama terikat mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 10 Oktober 2022

Yang menyatakan



Fadyatul Afra
18108020071

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	be
ت	Tā'	T	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	de
ذ	Zāl	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
ه	Hā	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

عَدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
متعددة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭāh*

Semua *Tā' marbūṭāh* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal atau pun berada di tengah penggabungan kata (kata yang dikutip oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---اَ---	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
---اِ---	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
---اُ---	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
زَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>ā</i>
2. Fathah + yā' mati تَنْسَى	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
3. Kasrah + yā' mati كَرِيم	Ditulis	<i>ā</i>
4. Ḍammah + wāwumati فُرُوض	Ditulis	<i>tansā</i>
	Ditulis	<i>ī</i>
	Ditulis	<i>karīm</i>
	Ditulis	<i>ū</i>
	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

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

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

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

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

الْقُرْآنِ	Ditulis	<i>Al-</i>
الْقِيَّاسِ	Ditulis	<i>Qur'an</i>
		<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti oleh huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

السَّمَاءِ	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذَوِي الْفُرُوضِ	Dibaca	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلِ السُّنَّةِ	Dibaca	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Syukur selalu tercurahkan kepada-Nya atas kenikmatan yang tak terhingga bagi hati yang bertasbih untuk-Nya. Yang telah menciptakan bola dunia dengan berjuta fenomena yang di dalamnya ada diriku dan dirimu. Maka tak ada kata yang pantas terucap selain puja serta puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan.

Sholawat serta salam selalu kita junjungkan kepada kekasih sang pemilik arsyi yang telah pergi namun begitu berarti ialah Nabi besar Muhammad SAW. Yang telah berjuang tanpa pedang namun tetap menang walau rintangan menghadang bahkan menjadi kenangan yang tak pernah padam.

Skripsi ini merupakan wujud karya terakhir saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat penulis selesaikan sendiri, pasti ada banyak sekali bantuan dari pihak lain selain diri sendiri. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S. Ag., MA selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S. Ag., M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S. Psi, M.M selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Alex Fahrur Riza, S.E, M.Sc., CMA. Selaku dosen pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing penulis selama menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dan juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan,

perbaiki dengan penuh kesabaran serta memberi dukungan dari awal proses skripsi sampai tahap akhir skripsi.

5. Seluruh dosen Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan penulis selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh pegawai dan Staff Tata Usaha Perbankan Syariah S1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ibu dan bapak yang senantiasa berdoa untuk kemudahan dan kesuksesan saya selama ini.
8. Teman Nia, Vanny, Nindy, Shaina, Alifa, Dinda, Fini, Elsa, Mbak Zahra yang selalu direpotkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman Perbankan Syariah 2018 yang telah kebersamai kuliah luring dan daring ini.
10. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, yang tidak dapat penulis sebut satu per satu, terima kasih atas do'a dan dukungannya.

Hormat Saya



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Fadyatul Afra

NIM:18108020071

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Kajian Pustaka.....	31
C. Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis	37
BAB III	46
METODE PENELITIAN.....	46
A. Desain Penelitian.....	46

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel	50
D. Sumber Data dan Teknik pengumpulan.....	51
E. Metode Pengujian Hipotesis	53
BAB IV.....	59
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
B. Analisis Data.....	59
C. Analisis Model.....	62
D. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Kajian Pustaka	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Independen	47
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Dependen	49
Tabel 3 3 Definisi Operasional Variabel Moderasi	49
Tabel 3. 4 Skala Likert	53
Tabel 3. 5 <i>Rule of Tumbs</i>	56
Tabel 3. 6 Ringkasan <i>Rule of Tumbs</i>	57
Tabel 4. 1 Demografi Responden	60
Tabel 4. 2 Loading Faktor	64
Tabel 4. 3 Nilai <i>Ave</i>	66
Tabel 4. 4 Fornell Larcker	67
Tabel 4. 5 <i>Unidimensionality</i>	67
Tabel 4. 6 Nilai R-Square.....	68
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Hipotesis	70
Tabel 4. 8 Detail Jawaban Kuesioner Kualitas.....	72
Tabel 4. 9 Detail Jawaban Kuesioner Kepuasan	75
Tabel 4. 10 Detail Jawaban Kuesioner Kepercayaan.....	77
Tabel 4. 11 Detail Jawaban Kuesioner Daya Tarik Alternatif.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Transaksi Digital Banking di Indonesia	2
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4. 1 Logo Bank Aladin Syariah	59



ABSTRAK

Financial technology terus dikembangkan dan juga terus dimutakhirkan untuk mendukung kegiatan bisnis perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi *cashless* dengan menggunakan *digital banking*. Salah satunya adalah Bank Aladin Syariah yang merupakan bank syariah pertama yang hadir secara digital di Indonesia. Bank Aladin Syariah bertujuan mengembangkan dan mempermudah akses fasilitas perbankan syariah dengan berbasis digital sehingga mampu memfasilitasi semua masyarakat dari berbagai penjur. Penelitian ini kemudian bertujuan untuk menganalisis *Switching Intention* nasabah bank digital syariah. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *purposive sampling* dan *Smart PLS* sebagai alat analisis terhadap 118 orang responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas (X1) dan daya tarik alternatif (X4) berpengaruh terhadap *switching intention*(Y), kepuasan (X2) dan kepercayaan (X3) tidak berpengaruh terhadap *switching intention* (Y). Kemudian *switching cost* (M) tidak dapat memoderasi kualitas (X1), kepercayaan (X3) dan daya tarik alternatif (X4) terhadap *switching intention* (Y). *Switching cost* (M) dapat memoderasi kepuasan (X2) terhadap *switching intention*.

Kata Kunci: *Switching Intention*, Bank Syariah, Bank Aladin Syariah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Financial technology continues to be developed and updated to support banking business activities that enable customers to make cashless transactions using digital banking. One of them is Bank Aladin Syariah which is the first Islamic bank to be present digitally in Indonesia. Bank Aladin Syariah aims to develop and facilitate access to digital-based Islamic banking facilities so as to facilitate all people from various directions. This study then aims to analyze the Switching Intention of Islamic digital bank customers. Researchers used a quantitative approach using purposive sampling and Smart PLS as an analysis tool for 118 respondents. The results of this study indicate that quality (X1) and alternative attractiveness (X4) have an effect on switching intention (Y), satisfaction (X2) and trust (X3) have no effect on switching intention (Y). Then switching cost (M) cannot moderate quality (X1), trust (X3) and attractiveness of alternatives (X4) on switching intention (Y). Switching cost (M) can moderate satisfaction (X2) with switching intention.

Keyword: switching intention, Islamic banking, digital banking Aladin Syariah



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

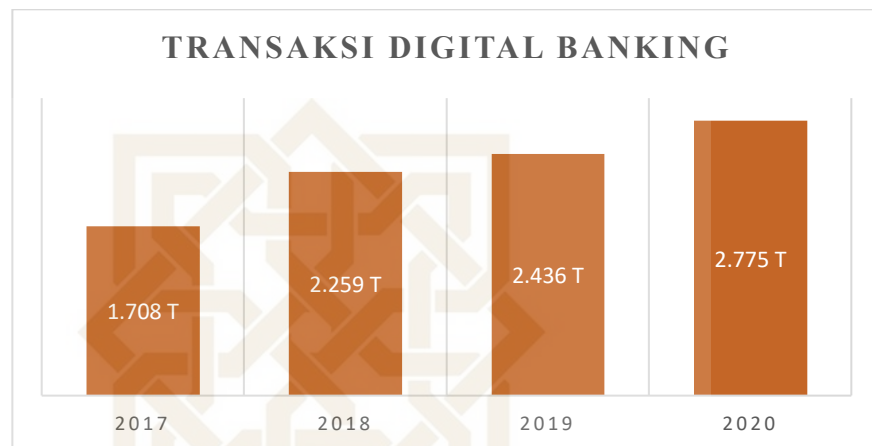
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wabah pandemi covid-19 kini menjadi ancaman yang serius bagi kehidupan sekarang ini termasuk juga kepada sektor perekonomian. Hal ini menyebabkan pengaruh buruk pada seluruh sektor usaha yang kemudian berdampak bagi inklusi keuangan dunia di Indonesia, termasuk perbankan. Oleh sebab itu, demi memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sebagai nasabah, maka perbankan mulai gencar melakukan kegiatan bisnisnya dengan basis teknologi. *Financial technology* terus dikembangkan dan juga terus dimutakhirkan untuk mendukung kegiatan bisnis perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi tanpa uang tunai dan tanpa tatap muka langsung atau yang biasa disebut *cashless* (Riady *et al.*, 2022).

Bank digital bisa membantu calon nasabah mengurus semua kebutuhan keuangan, sedangkan *fintech* terbatas hanya sebagai perantara transaksi. Misalnya apabila ingin mengurus pergantian pin rekening maka tidak perlu datang ke bank, cukup lewat aplikasi yang dikeluarkan oleh bank kemudian bisa menggantinya sendiri. Dengan menggunakan aplikasi *digital banking* transaksi keuangan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan lebih mudah. Dengan adanya hal ini maka nasabah tidak perlu melakukan transaksi dengan mendatangi kantor cabang atau bank, tetapi nasabah tetap bisa berkomunikasi dan juga memperoleh

informasi yang dibutuhkan. Layanan *digital banking* yang disediakan oleh bank, akan mempermudah dan meningkatkan transaksi yang dilakukan oleh nasabah (Pratiwi *et al.*, 2020).



Gambar 1. 1 Transaksi Digital Banking di Indonesia

Berdasarkan gambar diatas transaksi *digital banking* terus meningkat dari tahun ke tahun sehingga menunjukkan perkembangan positif yang sangat signifikan. Semasa tahun 2021, bisnis ekonomi dan keuangan digital mengalami perkembangan yang cepat. Hal ini sejalan dengan meningkatnya ekspektasi juga pilihan masyarakat dalam melakukan kegiatan belanja online, kemudian perluasan serta kemudahan sistem pembayaran digital serta akreditasi *digital banking*. Jumlah transaksi uang elektronik (UE) juga terbilang naik 49,6% (yoy) tercatat Rp305,4 triliun di tahun 2021 dan diprediksikan naik 17,3% sehingga tercatat Rp 357,7 triliun pada tahun 2022¹ (antaranews.com, 2022).

¹ Antarnews.com: BI: Nilai transaksi digital banking naik 45,64 persen pada 2021 dalam <https://www.antaranews.com/berita/2656045/bi-nilai-transaksi-digital-banking-naik-4564-persen-pada-2021> (20 januari 2022) diakses pada jumat, 25 maret 2022

Teknologi informasi memberi kesempatan untuk bisa melakukan berbagai kegiatan dengan cepat, akurat, tanpa batas waktu dan tempat, sehingga diharapkan mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Perubahan perilaku konsumen tentang cara pengumpulan informasi dan transaksi pembelian dan penjualan yang dilakukan perlu diperiksa secara terus menerus untuk mendapatkan informasi yang eksplisit tentang apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. (Rifai *et al.*, 2022).

Di Indonesia bank umum yang sebelumnya memusatkan layanan secara luring (luar jaringan) mulai berinovasi meningkatkan layanan yang bersifat mandiri (*self service*) dengan memanfaatkan media daring. Layanan ini berbeda dengan fitur *mobile banking* atau *internet banking*. Kedua fitur tersebut hanya dapat disebut sebagai *semi-digital banking* karena cakupan layanannya masih terbatas. Sementara itu melalui layanan perbankan digital, dapat memproses semua kebutuhan layanan perbankan secara *daring*. Hal tersebut tentunya sangat praktis dan fleksibel karena tidak perlu mengunjungi kantor bank dan menunggu antrian yang lama. Layanan perbankan digital sangat menarik dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan seperti Bank Aladin Syariah, Bank Jago, Bank Jenius, Allo Bank, Digibank. Pada saat ini Bank Aladin Syariah menjadi bank digital syariah pertama di Indonesia

Bank Aladin Syariah bertujuan mengembangkan dan mempermudah akses fasilitas perbankan syariah dengan berbasis digital sehingga mampu memfasilitasi semua masyarakat dari berbagai penjuru. Bank Aladin

Syariah juga mengutamakan keamanan juga nyaman untuk nasabah serta mengoptimalkan pengaplikasian teknologi informasi sehingga mampu meningkatkan produk-produk pendanaan, pembiayaan, dan jasa-jasa perbankan lainnya, seperti transfer dana, pembayaran, pembelian dan lain sebagainya² (aladinbank.id).

Dalam *virtual event* PT Bank Aladin Syariah dengan tema *The Future of Banking: Achieving Financial Inclusion in Indonesia*, rangkaian acara yang kemudian juga melakukan pengesahan kerjasama dengan Alfamart. Adanya pelayanan *Omnichannel* (perbankan offline dan online) merupakan suatu bentuk inovasi perbankan yang dibutuhkan oleh masyarakat di masa depan. "Kerja sama Alfamart dengan Bank Aladin sebagai bank digital syariah pertama di Indonesia diharapkan dapat menjadi solusi *Omnichannel* perbankan syariah sekaligus memperluas inklusi keuangan di Indonesia³" (Bisnis.com, 2021).

Perbankan sebagai salah satu pihak yang terlibat dalam industri jasa dan paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, penting bagi perbankan untuk mempelajari lebih dalam mengenai faktor-faktor yang menyebabkan pelanggannya melakukan perpindahan. Hal ini berguna untuk mengevaluasi kinerja dan menyusun berbagai strategi yang dapat diterapkan dalam

² Aladinbank.id: <https://aladinbank.id/> diakses pada rabu 20 April 2022

³ bisnis.com: Bank Aladin (BANK) resmi gandeng Alfamart. Berapa potensi nasabah baru? Dalam <https://finansial.bisnis.com/read/20210707/231/1414855/bank-aladin-bank-resmi-gandeng-alfamart-berapa-potensi-tambahan-nasabah-baru> (07 Juli 2021) diakses pada jumat, 25 maret 2022

operasional dan pemasarannya sehingga dapat meminimalisir perilaku perpindahan dari para pelanggannya dan pada akhirnya mampu mempertahankan mereka (Annisa, 2021) Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai penyebab minat berpindah (*switching intention*) dengan memanfaatkan variabel yang mempengaruhi peralihan meliputi kualitas dan kepuasan, daya tarik alternatif, kepercayaan, juga *switching cost*.

Selanjutnya yang menentukan konsumen melakukan penyebaran testimonial *switching intention* adalah menekan terjadinya *switching cost*. Perang tarif antar layanan jasa sangat mempengaruhi *switching cost*. Perusahaan layanan jasa yang baik harus memikirkan strategi yang akan digunakan baik dalam segi tarif dan kecepatan layanan guna mencegah terjadinya *switching cost*. Konsumen akan mengeluarkan biaya lebih (*switching cost*) untuk mendapatkan kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan penyedia lain dimana hal tersebut akan meminimalisir *switching intention*. Ketika pihak layanan jasa memakai biaya yang efisien dan mempertahankan kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan tentu akan meminimalisir terjadinya *switching cost* (Barid, 2020).

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Liao *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap niat berpindah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sugandha (2021) bahwa kepuasan berpengaruh secara positif terhadap niat berpindah. Kemudian hasil dari penelitian Sugandha (2021)

kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap niat berpindah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sugandha (2021) bahwa daya tarik alternative berpengaruh secara positif terhadap switching intention.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Chan dan Keng (2018) bahwa *switching cost* dapat memoderasi hubungan kualitas layanan terhadap niat berpindah. Penelitian yang dilakukan oleh Matondang *et al.* (2019) menunjukkan *switching cost* tidak memoderasi kepuasan terhadap keinginan berpindah. Penelitian selanjutnya oleh Matondang *et al.* (2019) bahwa *switching cost* tidak memoderasi hubungan kepercayaan dengan keinginan berpindah. Adapun penelitian oleh Fan *et al* (2021) bahwa *switching cost* dapat memoderasi hubungan terhadap niat berpindah.

Pada penelitian ini peneliti ingin mengkaji mengenai niat untuk beralih menggunakan bank digital yang menggunakan prinsip syariah. Objek penelitian ini yaitu bank aladin syariah karena bank aladin syariah merupakan *digital banking* syariah pertama di Indonesia. Bank Aladin Syariah menjadi model perbankan digital masa depan yang mengubah model bisnis perbankan menjadi bank digital murni yang tak memerlukan kantor fisik. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Switching Intention* Nasabah Bank Digital Syariah (studi kasus *digital banking* aladin syariah)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah?
2. Apakah kepuasan dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah?
3. Apakah kepercayaan dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah?
4. Apakah daya tarik alternative dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah?
5. Apakah *switching cost* dapat memoderasi kualitas terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah?
6. Apakah *switching cost* dapat memoderasi kepuasan terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah?
7. Apakah *switching cost* dapat memoderasi kepercayaan terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah?
8. Apakah *switching cost* dapat memoderasi *Alternative Attraction* terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang ada, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menjelaskan apakah kualitas dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah
2. Untuk menjelaskan apakah kepuasan dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah

3. Untuk menjelaskan apakah kepercayaan dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah
4. Untuk menjelaskan apakah daya tarik alternative dapat mempengaruhi *switching intention* pada nasabah bank syariah
5. Untuk menjelaskan apakah *switching cost* dapat memoderasi kualitas terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah
6. Untuk menjelaskan apakah *switching cost* dapat memoderasi kepuasan terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah
7. Untuk menjelaskan apakah *switching cost* dapat memoderasi kepercayaan terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah
8. Untuk menjelaskan apakah *switching cost* dapat memoderasi *Alternative Attraction* terhadap *switching intention* pada nasabah bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberi manfaat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan analisis empiris *switching intention* nasabah bank syariah

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini semoga bermanfaat untuk menambah pengetahuan terkait ilmu pemasaran perbankan syariah serta mampu menganalisis permasalahan yang ada pada perbankan syariah

b. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi bagi bank aladin syariah untuk memahami dan mempelajari perilaku nasabah

E. Sistematika Pembahasan

Agar lebih mempermudah pembahasan dan memperoleh pada penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan untuk menggambarkan isi dari penelitian ini secara garis besar. Adapun berikut ini sistematika penulisannya:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama penelitian ini berisi pendahuluan yang menerangkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab II ini tercantum landasan teori, kemudian disertai juga dengan kerangka teori dari semua variabel penelitian, telaah pustaka yang mendukung penelitian yang akan dilakukan, pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III dalam penelitian ini membahas tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini. Kemudian membahas juga mengenai jenis dan sifat penelitian, waktu dan tempat penelitian, definisi operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab IV dalam penelitian menjelaskan analisis data juga menerangkan hasil pengumpulan data, analisis deskriptif data, hasil penelitian yang dilaksanakan juga penjelasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab V dalam skripsi ini memuat mengenai kesimpulan pada penelitian yang sudah diterangkan pada pembahasan dan analisis data, dan berisi saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berpindah nasabah pada bank syariah. Sedangkan variabel kepuasan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap niat berpindah nasabah bank syariah, begitupun dengan variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap niat berpindah nasabah bank syariah. Selanjutnya daya tarik alternatif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berpindah nasabah bank syariah
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *switching cost* memperlemah dalam memoderasi pengaruh pada kualitas terhadap niat berpindah nasabah, begitu pula dengan variabel kepercayaan dan daya tarik alternatif, *switching cost* memperlemah pengaruh pada kepercayaan dan daya tarik

alternatif terhadap niat berpindah nasabah bank syariah.

Sedangkan *switching cost* memperkuat dalam memoderasi

3. Pengaruh kepuasan terhadap niat berpindah pada nasabah bank syariah.

B. Saran

Adapun saran pada penelitian ini sebagai pertimbangan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode pengambilan sampel dengan sistem kuota di setiap provinsi, sehingga bisa menjangkau responden secara lebih luas dan mencakup keseluruhan provinsi yang ada di Indonesia.
2. Bank Aladin Syariah untuk lebih meningkatkan kepercayaan dan juga daya tarik alternative sebagai daya tariknya agar menarik pelanggan untuk berpindah
3. Bank syariah juga harus mengevaluasi faktor-faktor penting lainnya yang mempengaruhi perilaku beralih nasabah bank syariah yang dapat dengan mudah menarik perhatian pelanggan sehingga dapat mengurangi kecenderungan beralih.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y., & Eliana. (2019). Perilaku Switching Behavior Pengguna Electronic Commerce (e-Commerce) di Kota Langsa dengan Model Migrasi Konsumen Push , Pull Mooring. *SIMEN (Akuntansi Dan Manajemen)STIES*,
- Atmaja, J. (2018). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*. 2(1).
- Basrah, S., Abdillah, Dezsandra, R., & Shandy, A. (2021). Analisis Switch Intention Pada Aplikasi Taksi Online Di Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(1), 1–2.
- Bhasmara Putra, I. B. G., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Peran Kepercayaan Merek Memediasi Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Berpindah Merek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6346. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p24>
- Chen, Y. H., & Keng, C. jUI. (2018). Utilizing the Push-Pull-Mooring-Habit framework to explore users' intention to switch from offline to online real-person English learning platform. *Internet Research*, 29. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2017-0343>
- Fadzilah, A. Al, & Martono, S. (2016). Pengaruh Ketidakamanan Kerja, komitmen organisasional dan kepercayaan organisasional pada keinginan berpindah. *Management Analysis Journal*, 5(1), 44–54. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/9273>
- Fan, L., Zhang, X., Rai, L., & Du, Y. (2021). 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.
- Fandy Tjiptono, P. . (2012). *SERVICE MANAGEMENT Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). ANDI.
- Fauzia, ika yunia. (2017). *Etika bisnis dalam Islam*. Kencana.
- Ghamry, S., & Shamma, H. M. (2022). Factors influencing customer switching behavior in Islamic banks: evidence from Kuwait. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 688–716. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0021>
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Square (Konsep, Teknik, Aplikasi) menggunakan program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- 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., Sarstedt, M., Pieper, T. M., & Ringle, C. M. (2012). The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Strategic Management Research: A Review of Past Practices and Recommendations for Future Applications. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*,

45(2).

Handayani, & Dwi, H. (2018). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Prioritas Bank Bca Kcp Jatibening. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal Dan Umkm*, 1(2), 30–43. <https://ibn.e-journal.id/index.php/JIBPU/article/view/112>

Hartono, K., & Wahyono. (2018). The Influence of Satisfaction, Variety Seeking, and Alternative Attractiveness To Switching Behaviour Through Switching Intentions. *Management Analysis Journal*, 7(3).

Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Universitas Brawijaya.

Isabel, S. G., & Perez, C. R. (2020). Is satisfaction a necessary and sufficient condition to avoid switching? The moderating role of service type. *European Journal of Management and Business Economics*, 29(1), 54–83. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-02-2018-0035>

Isniahnia, M. E., Karnowahadi, & Nurkhayati, I. (2019). The Effect Of Push, Pull And Mooring Factors To Switching Intention Of Post-Paid Electrical Customer's To Prepaid Electrical. *Jurnal JOBS*, 5(1), 37–50. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/6264/>

Jezy, B., & Papalapu, N. (2015). the Impact of Push, Pull, and Mooring To Customer Switching Behavior (Case Study on Customer Indovision in Manado) Pengaruh Push, Pull, Dan Mooring Terhadap Perilaku Beralih Konsumen (Study Kasus Pada Konsumen Indovision Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(04), 458–469.

- Jogiyanto, & Willy, A. (2014). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. BPFE-Yogyakarta.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.018>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Liao, Y. W., Huang, Y. M., Huang, S. H., Chen, H. C., & Wei, C. W. (2019). Exploring the switching intention of learners on social network-based learning platforms: A perspective of the push-pull-mooring model. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 15(9). <https://doi.org/10.29333/ejmste/108483>
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Matondang, T. P., Prastawa, H., & Mahachandra, M. (2019). Pengaruh Faktor Push, Pull, Dan Mooring Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan. *Industrial Engineering Online Journal*, 8(2).
- Maureen Nelloh, L. A., & Purwanto Liem, C. C. (2012). Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 22–31. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.22-31>
- Mudrajat, K. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga.

- Muhamad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Rajawali pers.
- Musa, M. Y. (2014). *Pengantar Studi Fikih Islam*. Al-Kautsar.
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, U. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia di Banda Aceh Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Fachrul Rizal*, 8(3), 37–51.
- Nimako, S. G., & Ntim, B. A. (2013). Construct Specification and Misspecification within the Application of Push-Pull-Mooring Theory of Switching Behaviour. *Journal of Business and Management Sciences*, 1(5), 83–95. <https://doi.org/10.12691/jbms-1-5-2>
- Othman, Abdulqawi, & Owen, L. (2001). The Multi Dimensionality Of Carter Model To Measure Customer Service Quality (Sq) In Islamic Banking Industry: A Study In Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4).
- Othman, AbdulQawi, & Owen, L. (2001). Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic banks : a case study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1).
- P, M. I., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami METODOLOGI PENELITIAN*. penerbit deepublish.
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah*

Ekonomi Islam, 6(3), 478. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1198>

Rasjid, S. (2017). *Fiqih Islam*. Sinar Baru Algensido.

Regina, P. M. (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN GADGET DI SHOPEE INDONESIA*. 18(1).

Riady, D. K., Soemitra, A., Nawawi, Z. M., Islam, U., & Sumatera, N. (2022). *Pertumbuhan Transaksi Financial Technology (Fintech) Di Dalam Perbankan Pada Masa Pandemi Covid -19*. 3(2), 634–643.

Rifai, D., Fitri, S., & Ramadhan, I. N. (2022). Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1).

Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *POPULASI, SAMPEL, VARIABEL dalam penelitian kedokteran*. PT. Nasya Expanding Management.

Sari, anak agung ayu permata, & Yasa, ni nyoman kerti. (2021). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com*. Penerbit Lekeisha.

Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS SEM)*. CV Andi Offset.

Sharma, N., & Patterson, P. G. (2000). Switching costs, alternative attractiveness and experience as moderators of relationship commitment in professional, consumer services. *International Journal of Service Industry Management*, 11(5), 470–490. <https://doi.org/10.1108/09564230010360182>

Sugandha, A. P., & Indarwati, T. A. (2021). Pengaruh Push, Pull, dan Mooring

- terhadap Switching Intention pada Konsumen Pengguna Wifi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1537–1548. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1537-1548>
- Sugioyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif*. alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA CV.
- Sukandarrumidi. (2012). *Metode Penelitian:Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Gadjah Mada University Press.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Prenada Media Group.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan* (A. T. Putranto (ed.)). Penerbit Widina.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Grafindo Persada.
- Wu, H. C., & Cheng, C. C. (2018). An Empirical Analysis of Tourists' Switching Intention: The Case of Jiufen. *Journal of China Tourism Research*, 14(2), 193–220. <https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1463883>
- Wu, H. C., Cheng, C. C., & Hong, W. (2017). An empirical analysis of green convention attendees' switching intentions. *Journal of Convention and Event Tourism*, 18(3), 159–190. <https://doi.org/10.1080/15470148.2017.1296393>
- Wulandari, V. (2018). Pengaruh Switching Cost Terhadap Word Of Mouth Dengan Switching Intention Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Layanan Kurir Jne Di Samarinda. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 18(02).
- Yani, N. W. C., Ekawati, N. W., & Nurcaya, I. N. (2014). PENGARUH Kepuasan

Konsumen Yang Dimoderasi Biaya Perpindahan (Switching Cost) Terhadap Niat Beralih (Switching Intention) Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Operator Xl Di Kota Denpasar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (UNUD), Bali , Ind. *E-Jurnal. Udayana*, 3(6), 1667–1684.

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>

Yuliarmi, ni nyoman, & Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1), 9–28. <https://www.researchgate.net/publication/265262053%0AANALISIS>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA