

**MINAT GENERASI-Z MELAKUKAN PERILAKU BERALIH  
PADA BANK SYARIAH DI PROVINSI BANTEN:  
PENDEKATAN *PUSH-PULL MOORING***



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**AJI KUKUH PRAMUDYA**

**NIM 18108020040**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
2023**

**MINAT GENERASI-Z MELAKUKAN PERILAKU BERALIH  
PADA BANK SYARIAH DI PROVINSI BANTEN:  
PENDEKATAN *PUSH-PULL MOORING***



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**AJI KUKUH PRAMUDYA**

**NIM 18108020040**

**PEMBIMBING**

**FITRI ZAELINA, S.E.I., M.E.K**

**NIP 19920418 201903 2 015**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
2023**

# PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-445/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2023

Tugas Akhir dengan judul : MINAT GENERASI-Z MELAKUKAN PERILAKU BERALIH PADA BANK SYARIAH DI PROVINSI BANTEN : PENDEKATAN PUSH-PULL MOORING

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AJI KUKUH PRAMUDYA  
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020040  
Telah diujikan pada : Selasa, 21 Februari 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Fitri Zaelina, S.E.L.M.E.K  
SIGNED

Valid ID: 6419065118c9e



Penguji I

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 6412412a9c6bf



Penguji II

Hasan Al Banna, SEI., M.F  
SIGNED

Valid ID: 64006541ebd81



Yogyakarta, 21 Februari 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawati, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 6419264388665

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Aji Kukuh Pramudya  
Kepada

**Yth. Bapak Dekan 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 : Aji Kukuh Pramudya  
NIM : 18108020040  
Judul Skripsi : Minat Generasi-Z Melakukan Perilaku Beralih Pada Bank Syariah  
Di Provinsi Banten: Pendekatan *Push-Pull Mooring*


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

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wasalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 08 Februari 2023

Pembimbing

  
**FITRI ZAELINA, S.E.I., M.E.K**  
NIP 19920418 201903 2 015

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aji Kukuh Pramudya

NIM : 18108020040

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Minat Generasi-Z Melakukan Perilaku Beralih Pada Bank Syariah Di Provinsi Banten: Pendekatan Push-Pull Mooring” benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terjadi adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Dengan surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi

Yogyakarta, 08 Februari 2023

Penyusun,



Aji Kukuh Pramudya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Aji Kukuh Pramudya  
NIM : 18108020040  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

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

**“Minat Generasi-Z Melakukan Perilaku Beralih Pada Bank Syariah Di Provinsi Banten: Pendekatan Push-Pull Mooring”**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Yogyakarta, 08 Februari 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Aji Kukuh Pramudya

## **MOTTO**

“Berpikir negatif untuk sesaat, agar kita bisa mempersiapkan ketika kenyataan yang terjadi tidak sejalan dengan harapan”

(Dwi Wahyono)





## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT Yang Maha Segalanya, saya menyampaikan persembahan ini kepada orang tua saya Bapak Dwi Wahyono dan Ibu Dyah Widyastuti. Serta Mbak Ica, A Ricky, dan Rasya juga Keluarga besar saya.

Sebagai bentuk penghargaan, saya juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Fitri Zaelina S.E.I., M.E.K yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dukungan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa bantuan dan arahan dari beliau, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

Tak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada kampus tercinta saya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.

Saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pembaca. Skripsi ini adalah hasil kerja keras dan doa yang tulus, dan saya harap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## PEDOMAN TRANSLITERASI

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 0523b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa'	ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

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

### C. Ta'Marbuttah

Semua *ta'marbuttah* ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). ketentuan ini tidak diperlakukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

ا	Fathah	Ditulis	a
ي	Kasrah	Ditulis	i
و	Dammah	Ditulis	u
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	I

كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>U</i>
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

#### F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiah* tersebut.

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

#### I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## **KATA PENGANTAR**

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam juga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sebagai pribadi yang paling mulia dan terpuji.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar skripsi ini dapat semakin baik. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini dengan kerendahan hati penulis bermaksud menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah ikut berperan dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Bapak Alex Fahrur Riza, SE., M.SC. selaku Dosen Penasihat Akademik
5. Ibu Fitri Zaelina S.E.I., M.E.K selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, dan memberi arahan dalam 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 sangat luas selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh Pegawai Staf Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Seluruh Pegawai LPPM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

9. Kedua orang tua tercinta Bapak Dwi Wahyono dan Ibu Dyah Widyastuti, yang telah mendidik dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang telah menjadi sumber segalanya sampai saat ini.
10. Mbak saya Meisha Kusumawardani juga Kakak Ipar saya Ricky Najmudin yang selalu mendukung saya, menemani, menjaga, merawat serta memberi arahan masukan kepada saya.
11. Lurah Datarajan Bapak Sodri serta jajarannya dan seluruh warga Datarajan. Terimakasih banyak atas semua bantuan, segala doa, terimakasih banyak.
12. Semua pihak KKN-105 Luar Jawa, terimakasih banyak atas seluruh bantuan juga doa yang diberikan.
13. Ria Ida Maf'ula Ghoynaqi, banyak cerita yang kita habiskan bersama dari tahun 2018. Memang sudah lulus SCA.
14. Teman-teman KKN-105 Luar Jawa Terimakasih Banyak.
15. Teman-teman juga sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, *big thanks for you guys.*

Akhir kata, panjang umur orang-orang baik. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan mereka dengan nikmat yang lebih berkah dan sempurna amin.

Yogyakarta, 08 Februari 2023

Hormat Penyusun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Aji Kukuh Pramudya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Masalah.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Switching intention</i> .....	13
2. <i>Push-pull mooring</i> .....	15
a. Faktor pendorong ( <i>Push</i> ).....	18
b. Faktor penarik ( <i>Pull</i> ).....	21
c. Faktor tambatan ( <i>Mooring</i> ).....	23
3. Generasi-Z.....	26
4. Bank Syariah.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	<b>29</b>
C. Pengembangan Hipotesis.....	37
1. Pengaruh <i>Push Factors</i> Terhadap <i>Switching intention</i> .....	37
2. Pengaruh <i>Pull Factors</i> Terhadap <i>Switching intention</i> .....	37
3. Pengaruh <i>Mooring factors</i> terhadap <i>Switching intention</i> .....	39
4. Pengaruh <i>push factors terhadap switching intention dengan mooring</i> sebagai moderasi.....	40
5. Pengaruh <i>pull factors terhadap switching intention dengan mooring</i> sebagai moderasi.....	40
D. Kerangka Pemikiran.....	42

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
A. Jenis Penelitian .....	43
B. Populasi dan Sampel .....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel .....	44
C. Jenis dan Sumber Data .....	46
1. Jenis Data.....	46
2. Sumber Data .....	46
a. Data Primer .....	46
b. Data Sekunder .....	46
3. Teknik Pengumpulan Data .....	47
D. Definisi Operasional Variabel .....	49
E. Teknik Analisis Data.....	53
1. Analisis Partial Least Square (PLS) <i>Second Order</i> .....	53
2. Interpretasi Model.....	54
a. Uji Model.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Karakteristik Responden.....	58
B. Hasil Penelitian .....	62
1. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	62
a. <i>Convergent Validity</i> .....	63
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	67
c. <i>Composite Reliability</i> .....	69
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	70
a. <i>Path Coefficient</i> .....	71
b. <i>Goodness of Fit</i> .....	73
3. Uji Hipotesis .....	74
C. Pembahasan .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Keterbatasan Penelitian .....	90
C. Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Banten (Jiwa), 2019-2021.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 2. 2 Model Penelitian .....	42
Tabel 3. 1 Modifikasi Skala Likert .....	48
Tabel 3. 2 Indikator Penelitian .....	49
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Data Domisili Responden .....	59
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran.....	59
Tabel 4. 4 Data Pekerjaan Responden.....	60
Tabel 4. 5 Data Pendapatan Responden.....	61
Tabel 4. 6 Data Bank Syariah Responden.....	62
Tabel 4. 7 Nilai AVE dan Outer Loading .....	64
Tabel 4. 8 Nilai AVE dan Outer Loading Modifikasi.....	66
Tabel 4. 9 Cross Loading .....	67
Tabel 4. 10 Average Variance Extracted (AVE) .....	69
Tabel 4. 11 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	70
Tabel 4. 12 Path Coefficient.....	72
Tabel 4. 13 R-Square.....	73
Tabel 4. 14 Q-Square .....	74
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis .....	74
Tabel 4. 16 Detail Jawaban Kuesioner Push Factors .....	76
Tabel 4. 17 Jawaban Kuesioner Pull Factors .....	80
Tabel 4. 18 Jawaban Kuesioner Mooring factors .....	83

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Teori Migrasi PPM Menurut (Bansal <i>et al.</i> , 2005).....	15
Gambar 2. 2 Model Teori Migrasi PPM Menurut (Jung <i>et al.</i> , 2017) .....	17
Gambar 3.1 Ukuran pengambilan sampel menurut (Hair <i>et al.</i> , 2021).....	45
Gambar 4. 1 Outer Model .....	63
Gambar 4. 2 Outer Model Setelah Modifikasi .....	65
Gambar 4. 3 Hasil Inner Model.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	xxi
Lampiran 2 Data Responden.....	xxix
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden .....	32
Lampiran 4 Cross Loading.....	49
Lampiran 5. Hasil Composite Reliability dan AVE.....	49
Lampiran 6. R-Square .....	49
Lampiran 7 Q-Square.....	49
Lampiran 8. Path Coefficient .....	49
Lampiran 9. Hasil Outer Model sebelum Modifikasi .....	50
Lampiran 10 Hasil Outer Model Sesudah Modifikasi .....	50
Lampiran 11. Hasil Inner Model.....	51
Lampiran 12 Curriculum Vitae (CV).....	52



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami minat generasi Z dalam melakukan perilaku beralih ke bank syariah berdasarkan teori *Push Pull Mooring* (PPM). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan populasi yang diambil sebagai sampel adalah generasi Z yang berada di Provinsi Banten. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dan aplikasi SmartPLS 3.0, dengan jumlah sampel sebanyak 184 responden yang diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui *google form*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor *push* dan *pull* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih, sementara faktor dan moderasi *mooring* tidak memiliki pengaruh terhadap niat beralih.

Kata Kunci: PPM, Push-Pull *Mooring*, *Switching intention*, Bank Syariah, Generasi Z



## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to understand the interest of Generation Z in switching behavior to Islamic banks based on the Push Pull Mooring (PPM) theory. The method used in this research is quantitative and the population taken as a sample is Generation Z in Banten Province. The hypothesis in this research is tested using Structural Equation Modelling (SEM) and the SmartPLS 3.0 application, with a sample size of 184 respondents taken using purposive sampling method. Data collection techniques are carried out through the distribution of questionnaires through Google Forms. The results of the research show that the push and pull factors have a positive and significant effect on switching intention, while the mooring factors do not have an effect on switching intention.*

*Keywords: PPM, Push-Pull Mooring, Switching intention, Islamic Bank, Generation Z*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam era modern, kemajuan dan perkembangan teknologi sangat marak terutama di bidang teknologi komunikasi dan data. Ini telah mengubah perilaku nasabah dalam perbankan dari transaksi *offline* menjadi transaksi *online* melalui sistem perbankan digital (*digital banking*). Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir terdapat peningkatan permintaan untuk produk dan layanan gaya hidup halal (*halal lifestyle*) yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk komunitas belajar agama, komunitas hijrah (*Hijrah Fest*) dan sebagainya (BSI, 2021). Dalam perkembangan busana muslim global, Indonesia masuk dalam sepuluh besar negara pengeksport produk busana muslim di dunia (Bank Indonesia, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa umat Islam di Indonesia semakin nyaman dengan identitasnya dan ingin dapat menjalani kehidupannya sesuai dengan keyakinan agamanya. Salah satu layanan gaya hidup halal ialah bagian sektor keuangan sendiri, dimana layanan *financial* juga berpengaruh dalam menjalankan gaya hidup halal seperti perbankan. Bank adalah lembaga keuangan pusat yang memberikan pinjaman kepada pihak yang membutuhkan (unit defisit). Saat ini, masyarakat Indonesia didominasi oleh Generasi-Z sebanyak 53,8% (BSI, 2021). Generasi-Z yang lahir 1995-2010 dapat memiliki aspirasi karir yang kuat dan mereka lebih memilih untuk menentukan pilihan mereka sendiri daripada melakukan apa yang disarankan oleh orang tua mereka (Mannheim, 1952).

Banyak dari generasi ini mempertimbangkan penyedia layanan yang berbeda, sedikit yang memilih satu atau dua merek seperti generasi lainnya. Salah satu fenomena lain yang terjadi belakangan ini ialah *marger*-nya 3 bank syariah di Indonesia dan beberapa fitur yang kini tersedia seperti pembayaran pada *marketplace* dengan *mobile banking*, Industri perbankan harus menyesuaikan diri dan memperkenalkan inovasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah, terutama bagi individu milenial dan Generasi Z (BSI, 2021).

Nasabah bank syariah di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya dengan pertumbuhan yang cukup pesat. Selama periode tahun 2014 hingga 2018, perbankan syariah berhasil mencatat Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan (*Compounded Annual Growth Rate/ CAGR*) sebesar 15 persen, yang lebih tinggi dibandingkan dengan industri perbankan nasional yang hanya mencapai CAGR sebesar 10 persen pada periode yang sama. Saat ini, bank syariah di Indonesia telah memiliki sekitar 31,89 juta nasabah, yang setara dengan sekitar 12 persen dari total populasi Muslim di Indonesia (KNKS, 2020). Hal itu membuat peneliti tertarik untuk melakukan pengambilan sampel nasabah yang telah melakukan peralihan ke bank syariah dengan tujuan untuk mengukur faktor-faktor pendorong, penarik, dan hambatan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan peralihan tersebut. Dengan demikian, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi industri perbankan syariah dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempertahankan dan menarik nasabah baru. Alasan lain mengapa peneliti mengambil sampel Generasi-Z di Provinsi Banten, selain jumlah Generasi-Z yang cukup mendominasi populasi, mayoritas



Penduduk yang ada di Provinsi Banten beragama muslim (Kemendagri, 2021). Hal tersebut yang membuat peneliti memiliki ketertarikan terhadap Generasi-Z yang ada di Provinsi Banten dalam melakukan niat beralih yang sebelumnya menggunakan bank konvensional menjadi bank syariah. Menurut laporan data Badan Pusat Statistik Provinsi Banten Jumlah Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Banten (Jiwa), 2019-2021 sebagai berikut:



**Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Banten (Jiwa), 2019-2021**

Kelompok Umur Penduduk	Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Banten (Jiwa)								
	Laki-laki			Perempuan			Jumlah		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
0-4	616.975	534.643	533.354	594.271	509.014	507.680	1.211.246	1.043.657	1.041.034
5-9	635.123	535.170	536.208	611.184	510.429	512.394	1.246.307	1.045.599	1.048.602
10-14	576.863	517.080	518.062	546.387	485.428	487.610	11.232.50	1.002.508	1.005.672
15-19	538.560	519.916	516.118	512.037	489.235	485.491	1.050.597	1.009.151	1.001.609
20-24	558.774	538.182	535.749	531.822	510.711	508.800	1.090.596	1.048.893	1.044.549
25-29	567.780	532.244	532.815	552.343	509.196	510.120	1.120.123	1.041.440	1.042.935
30-34	566.963	524.957	529.510	555.982	508.073	510.180	1.122.945	1.033.030	1.039.690
35-39	545.921	493.128	499.873	544.999	480.135	485.247	1.090.920	973.263	985.120
40-44	502.249	455.088	462.828	491.729	446.577	453.836	993.978	901.665	916.664
45-49	440.727	398.201	408.769	414.957	389.864	400.857	855.684	788.065	809.626
50-54	357.154	330.881	341.701	328.770	319.612	331.674	685.924	650.493	673.375
55-59	266.173	263.483	274.277	246.656	252.441	264.418	512.829	515.924	538.695
60-64	185.368	190.527	200.711	170.318	179.087	190.415	355.686	369.614	391.126
65-69	113.540	128.917	138.223	106.216	122.137	131.420	219.756	251.054	269.643
70-74	61.676	56.034	65.476	67.789	60.347	68.946	129465	116.381	134.422
75+	50.049	51.820	53.470	67.961	62.005	65.243	118010	113.825	118.713

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak, 2022)

Dari tabel tersebut jumlah populasi Generasi-Z hampir memegang penuh populasi yang ada di Provinsi Banten. Data tersebut menjadi salah satu alasan mengapa peneliti mengambil objek Generasi-Z di Provinsi Banten dan peneliti menargetkan sampel populasi Generasi-Z di Provinsi Banten yang pada tahun 2022 berumur 12-27 tahun, karena menurut (Mannheim, 1952) tahun kelahiran Generasi-Z dari tahun 1995 sampai 2010. Kita dapat melihat bahwa pendekatan bank untuk menarik pelanggan Generasi-Z tidak hanya dengan menyediakan produk dan layanan, tetapi juga dengan memahami kebutuhan mereka yang berbeda dari generasi lain. Bank telah beradaptasi dengan kebutuhan nasabahnya dengan memberikan layanan yang lebih dinamis dan personal (BSI, 2021). Dengan begitu, nasabah Generasi-Z akan lebih tertarik dengan perbankan di bank syariah khususnya di Provinsi Banten.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *switching intention* (niat beralih) dengan menggunakan pendekatan *push* (Pendorong), *pull* (Penarik) dan *mooring* (tambatan) pada nasabah Generasi-Z yang sudah menggunakan layanan bank syariah di Provinsi Banten, sehingga dapat mengetahui faktor pendorong, penarik dan tambatan apa saja yang membuat Generasi-Z di Provinsi Banten memiliki niat beralih. Penelitian ini tidak mengukur pengaruh *push pull* terhadap *mooring* dikarenakan fokus penelitian pada faktor-faktor pendorong, penarik, dan hambatan dalam keputusan nasabah untuk melakukan niat beralih ke bank syariah. Pengaruh *push pull* terhadap *mooring* merupakan konsep yang terkait dengan teori pemasaran yang berbeda dengan fokus penelitian ini. Oleh karena itu, pengukuran faktor-faktor yang berkaitan dengan pengaruh *push pull* terhadap *mooring* tidak termasuk

dalam lingkup penelitian ini. *Push factors* merupakan Faktor yang mendorong seseorang untuk beralih dari penyedia layanan asal (bank konvensional) ke penyedia layanan alternatif (bank syariah) ialah merupakan faktor negatif yang ada pada penyedia layanan asal. Beberapa faktor yang sering ditemukan yang membuat individu untuk beralih menggunakan layanan alternatif adalah ketidakpuasan dengan layanan yang diterima (*dissatisfaction*), rendahnya kualitas layanan yang diberikan (*Low Quality Service*) dan kurangnya kepercayaan terhadap layanan yang diberikan (*Low Trust*). Ketidakpuasan adalah perasaan tidak senang yang timbul karena ketidakcocokan antara harapan konsumen terhadap kualitas suatu produk atau jasa dengan kualitas yang sebenarnya diterima. Konsumen yang merasa tidak puas dengan produk atau jasa yang diterima biasanya akan mengeluh dan cenderung berpikir untuk mencari alternatif lain (Yoon & Lim, 2021).

Salah satu penelitian terdahulu yang mengaplikasikan teori PPM ialah (Sugandha & Indarwati, 2021), hasil penelitian yang diperoleh terhadap 110 responden, menyimpulkan bahwa variabel pendorong (*push*) pada *switching intention* penggunaan *wifi* memiliki pengaruh yang positif, dan variabel penarik (*pull*) memiliki pengaruh positif pada *switching intention* penggunaan *wifi* dan pengaruh *mooring* memiliki pengaruh signifikan terhadap internet paket data *switching intention* ke *wifi* pribadi. Dapat disimpulkan bahwa ketika dorongan dan tarikan semakin kuat maka konsumen akan melakukan peralihan (*switching*).

Meningkatnya konflik tarik menarik di era globalisasi dan ekonomi digital tidak selalu terjadi sebagai hubungan yang harmonis. Sebagai aturan, dua konsep yang berlawanan ini sebenarnya datang dengan harapan yang berlawanan dalam

konteks teori tambat (*mooring*). Dalam penelitian ini, Generasi-Z di bank syariah diharapkan lebih berorientasi pada dorongan (*push*) dan tarikan (*pull*). Persona yang berorientasi sosial mengubah setiap interaksi manusia yang hidup menjadi topik pembelajaran, mengubah gaya hidup multi-perangkat mereka menjadi kapan saja dimana saja studi penelitian berhenti di mana mereka terus-menerus menghitung modal merek intelijen online mereka. Generasi muda yang cukup beragam dari anggota pertumbuhan perusahaan saat ini oleh kemakmuran, kebebasan dan inovasi yang memicu perilaku peralihan mereka dalam lingkungan kita yang berubah karena motif atau kepuasan diri. Model PPM secara khusus menyoroti pentingnya variabel tambat (*mooring*) sebagai kekuatan pendorong (*push*) untuk menarik (*pull*). Model PPM memberikan dasar teoritis untuk mengidentifikasi hubungan sederhana yang penting di antara pendorong peralihan penyedia layanan (Bansal *et al.*, 2005). Tetapi, hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Djusmin (2019) dan Sun *et al.*, (2017) menunjukkan perbedaan. Pada penelitian Djusmin (2019) ditemukan bahwa ketidakpuasan berpengaruh terhadap niat beralih konsumen, sedangkan pada penelitian Sun *et al.*, (2017) ditemukan bahwa ketidakpuasan tidak berpengaruh terhadap niat beralih konsumen.

Selain adanya ketidakcocokan antara harapan dan kinerja produk atau jasa, ketidakcocokan antara harga (*Pricing Problem*) yang harus dibayar dengan harga yang diharapkan juga dapat meningkatkan kemungkinan seseorang untuk beralih ke penyedia jasa lain (Jung *et al.*, 2017). Namun, hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bellami (2018) yang menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beralih konsumen.

Faktor penarik (*Pull factors*) adalah faktor positif yang ada pada penyedia layanan alternatif yang membuat konsumen penyedia layanan asal ingin beralih. Dalam konteks penelitian ini, faktor penarik adalah karakteristik yang menarik dari penyedia layanan alternatif yang dapat menarik perhatian konsumen. Meskipun penyedia layanan alternatif memiliki daya tarik, hasil penelitian yang dilakukan oleh Choi (2018) dan Sun *et al.*, (2017) menunjukkan perbedaan. Pada penelitian Sun *et al.*, (2017) daya tarik dari penyedia layanan alternatif tidak berpengaruh terhadap niat beralih konsumen ke penyedia layanan alternatif. Sedangkan penelitian Choi (2018) menyatakan bahwa daya tarik dari penyedia layanan alternatif memiliki pengaruh terhadap niat beralih (*switching intention*) konsumen ke penyedia layanan alternatif.

*Mooring factors* merupakan faktor yang menghambat seseorang untuk melakukan peralihan ke penyedia layanan alternatif lain. Beberapa faktor yang dikategorikan sebagai penghambat, termasuk sikap terhadap perubahan, norma subjektif yang merugikan, biaya perubahan, perilaku perubahan masa lalu, dan pencarian variasi (Moon, 1995). Penelitian yang dilakukan oleh Hsieh *et al.*, (2012) menyatakan bahwa ketika konsumen menghadapi biaya beralih, mereka cenderung akan beralih ke penyedia layanan baru. Namun, jika konsumen memiliki pengalaman sebelumnya yang sama namun merasa tidak puas, maka cenderung tetap menggunakan layanan yang sekarang digunakan.

Perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan pada niat beralih menunjukkan bahwa perlu ada kajian lebih lanjut untuk faktor-faktor yang mempengaruhinya. Perbedaan utama dari penelitian ini dibandingkan dengan



penelitian sebelumnya adalah objek yang diamati adalah nasabah dari bank konvensional yang telah beralih ke bank syariah. Selain itu, penelitian ini juga difokuskan pada populasi Generasi-Z di Provinsi tertentu. Penelitian ini penting dilakukan karena minimnya penelitian yang menggunakan objek peralihan nasabah dari bank konvensional ke bank syariah dengan populasi Generasi-Z menggunakan model PPM. Penelitian ini juga dilakukan setelah terjadi merger bank syariah dalam beberapa tahun terakhir, serta terjadinya peningkatan permintaan akan produk dan layanan gaya hidup halal (*Halal Lifestyle*) yang sesuai dengan prinsip syariah (BSI, 2021). Hal ini diharapkan dapat menyebabkan perbedaan hasil dari penelitian ini.

Berdasarkan definisi tersebut, peneliti mengaplikasikan konsep teori lanjutan oleh (Bansal *et al.*, 2005) untuk meneliti faktor-faktor yang bisa meningkatkan pangsa pasar bank syariah. Konsep ini menyediakan metode *Push-pull mooring* (PPM) untuk menggambarkan interaksi antar operator dalam tiga elemen, yaitu: *Push Factors* (Faktor Pendorong), *Pull Factors* (Faktor Penarik), dan *Mooring factors* (Faktor Tambatan). Dengan beberapa alasan itulah peneliti tertarik dan menggunakan sebagai judul skripsi **MINAT GENERASI-Z MELAKUKAN PERILAKU BERALIH PADA BANK SYARIAH DI PROVINSI BANTEN: PENDEKATAN *PUSH-PULL MOORING*.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berlandaskan dari penjelasan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, riset ini bisa dirumuskan permasalahan berikut ini:

1. Apakah *push factors* berpengaruh terhadap *switching intention*?
2. Apakah *pull factors* berpengaruh terhadap *switching intention*?



3. Apakah *mooring factors* berpengaruh terhadap *switching intention*?
4. Apakah *mooring factors* memoderasi pengaruh *push factors* terhadap *switching intention*?
5. Apakah *mooring factors* memoderasi pengaruh *pull factors* terhadap *switching intention*?

### **C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh *push factors* terhadap *switching intention*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *pull factors* terhadap *switching intention*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *mooring factors* terhadap *switching intention*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *push factors* terhadap *switching intention* dengan moderasi *mooring factors*.
5. Untuk menganalisis pengaruh *pull factors* terhadap *switching intention* dengan moderasi *mooring factors*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1. Bagi Peneliti:
  - a. Untuk meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengatasi masalah nyata dalam kehidupan sehari-hari, khususnya minat Generasi Z di Provinsi Banten yang melakukan peralihan ke bank syariah dengan teori PPM.

b. Untuk meningkatkan dan memperluas pemahaman keilmuan peneliti dan meningkatkan pengembangan kemampuannya.

2. Bagi Akademisi:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam konteks topik Generasi-Z melakukan peralihan ke bank syariah menggunakan teori *Push-pull mooring* (PPM)
- b. Untuk menambah pengetahuan dan menjadi motivasi untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.

3. Bagi Praktisi

Penelitian ini bertujuan untuk membantu bank syariah memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah, khususnya generasi-Z untuk menggunakan jasa bank syariah.

**E. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah pemahaman dan memberikan keterangan yang jelas dalam penulisan skripsi ini, sistematika pembahasan akan diuraikan dalam lima bab yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi sub bab yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi sub bab yang terdiri dari kajian teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi sub bab yang terdiri dari jenis penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi sub bab yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, menjelaskan hasil analisis data penelitian yaitu uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan, serta saran-saran kepada pihak lain.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 184 responden mengenai minat Generasi-Z melakukan perilaku beralih pada bank syariah di Provinsi Banten: pendekatan *Push-pull mooring*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Push factors* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Sehingga, semakin besar faktor dorongan (*push factors*) Generasi-Z untuk melakukan *switching intention*. Semakin tinggi pula Generasi-Z dalam menyikapi peralihan terhadap bank syariah.
2. *Pull factors* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Maka, semakin besar faktor tarikan (*pull factors*) Generasi-Z untuk melakukan *switching intention*. Semakin tinggi pula Generasi-Z minat peralihan terhadap bank syariah.
3. *Mooring factors* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *switching intention*. Sehingga, faktor tambatan (*mooring factors*) tidak berpengaruh terhadap *switching intention* dan semakin tinggi atau rendahnya *mooring factors* tidak akan mempengaruhi *switching intention* Generasi-Z pada bank syariah di Provinsi Banten.

4. *Mooring factors* tidak dapat memoderasi *push factors* dan *switching intention*. Hal ini menunjukkan bahwa biaya masa lalu (*switching cost*) dan pengalaman masa lalu (*Past Experience*) tidak memberikan pengaruh pada hubungan antar variabel *push factors* terhadap *switching intention*.
5. *Mooring factors* tidak dapat memoderasi *pull factors* dan *switching intention*. Hal ini menunjukkan bahwa faktor penarik Generasi-Z di Provinsi Banten pada bank syariah tidak memiliki penghambat untuk melakukan niat beralih mereka.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha untuk mencapai hasil yang diharapkan. Namun dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan dan peneliti menemui kendala, kendala dan keterbatasan yang mungkin menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi hasil penelitian ini. Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perolehan informasi dari kuesioner terkadang tidak mencerminkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini mungkin disebabkan adanya perbedaan pemahaman dan pendapat dari masing-masing responden. Selain itu, ada unsur ketidakjujuran dalam mengisi kuesioner tersebut.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini jika ditinjau berdasarkan demografinya memiliki hasil yang kurang merata. Selain itu. Hal tersebut membuat hasil penelitian ini kurang tergeneralisasi.
3. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya dengan menyebarkan kuesioner ke sosial media. Hal ini berakibat pada keterbatasan informasi yang diperoleh dari responden.

4. Model penelitian yang sangat sederhana sehingga terdapat 26% model lain yang dapat mempengaruhi penelitian ini.
5. Penelitian ini meneliti hanya sampai tahap *switching intention*.
6. Penelitian ini tidak mengukur pengaruh *push pull* terhadap *mooring*.

### C. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan beberapa keterbatasan penelitian di atas, peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan hal-hal berikut:

1. Diharapkan peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan variabel dalam penelitian ini. Penulis berharap penelitian selanjutnya dapat memperluas dan meningkatkan fleksibilitas penelitian.
2. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti memperhatikan jumlah sampel yang didapatkan. Peneliti dapat menambah jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Selain itu, akan lebih baik jika peran responden bervariasi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah beberapa variabel eksogen dan endogen yang dapat menambah ke efektivitas uji model.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan pemerataan karakteristik responden seperti usia, domisili agar mendapatkan hasil yang maksimal.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meneliti sampai tahap *switching behavior* pada objek perbankan dan Generasi-Z.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi004. (2022). *Wapres Minta MES Kerja Cepat dan Kompak*. Kominfo.Go.Id.  
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/44800/wapres-minta-mes-kerja-cepat-dan-kompak/0/berita#:~:text=Jakarta Pusat%2C Kominfo – Perkembangan ekonomi,angka 10%25 di tahun sebelumnya.>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Atmawati, R., & Wahyuddin, M. (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5(1), 54–61.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur (Jiwa), 2020*. *BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN LEBAK*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak.  
<https://lebakkab.bps.go.id/indicator/12/82/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur.html>
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021*.
- 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>
- Barid, M. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi switching intention pada bank syariah Kota Malang* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/17446/>



- Bellami, A. (2018). *Analisis Perilaku Beralih Layanan Pembiayaan Berbasis Financial Technology (Crowdlending) Dengan Pendekatan Push – Pull – Mooring*. UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69. <https://doi.org/10.2307/1251871>
- Bogue, & Donald, J. (1969). *Principles of Demography*,. 168.
- BSI. (2021). Laporan Tahunan 2021: Energi Baru untuk Indonesia. In *PT Bank Syariah Indonesia, Tbk*.
- Burnham, T. A., Frels, J. K., & Mahajan, V. (2003). Consumer switching costs: A typology, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 109–126. <https://doi.org/10.1177/0092070302250897>
- Calvo-Porrá, C., Faiña-Medín, A., & Nieto-Mengotti, M. (2017). Satisfaction and switching intention in mobile services: Comparing lock-in and free contracts in the Spanish market. *Telematics and Informatics*, 34(5), 717–729. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.022>
- Chang, H. H., Wong, K. H., & Li, S. Y. (2017). Applying push-pull-mooring to investigate channel switching behaviors: M-shopping self-efficacy and switching costs as moderators. *Electronic Commerce Research and Applications*, 24, 50–67. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.06.002>
- Chiu, H. C., Hsieh, Y. C., Roan, J., Tseng, K. J., & Hsieh, J. K. (2011). The challenge for multichannel services: Cross-channel free-riding behavior. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(2), 268–277.

<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.07.002>

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

Djusmin, V. bin. (2019). *EFEK PUSH PULL MOORING DAN PYSCHOLOGICAL OWNERSHIP TERHADAP PERILAKU BERALIH PENGGUNA ANTAR MOBILE INSTANT MESSAGING*.

Ganesh, J., Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2000). Understanding the customer base of service providers: An examination of the differences between switchers and stayers. *Journal of Marketing*, 64(3), 65–87.  
<https://doi.org/10.1509/jmkg.64.3.65.18028>

Ha, J., & Jang, S. C. S. (2013). Variety seeking in restaurant choice and its drivers. *International Journal of Hospitality Management*, 32(1), 155–168.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.007>

Hadi, S. (1991). *Analisis butir untuk instrumen angket, tes dan skala nilai dengan basica*. Andi Offset.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*.  
<https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>

Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.

<https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed., Issue march). CV. Pustaka Ilmu.

Hertanto, E. (2017). Perbedaan skala likert lima skala dengan modifikasi skala likert empat skala. *Metodologi Penelitian, September*, 1–4.

[https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN\\_SKALA\\_LIKERT\\_LIMA\\_SKALA\\_DENGAN\\_MODIFIKASI\\_SKALA\\_LIKERT\\_EMPAT\\_SKALA](https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN_SKALA_LIKERT_LIMA_SKALA_DENGAN_MODIFIKASI_SKALA_LIKERT_EMPAT_SKALA)

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>

Hsieh, J. K., Hsieh, Y. C., Chiu, H. C., & Feng, Y. C. (2012). Post-adoption switching behavior for online service substitutes: A perspective of the push-pull-mooring framework. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1912–1920.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.010>

Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*.

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jqFLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=bank+syariah&ots=nmr0QIZhqz&sig=Pc\\_sVX7OycMDODspTxYL9QveqHs&redir\\_esc=y#v=onepage&q=bank syariah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jqFLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=bank+syariah&ots=nmr0QIZhqz&sig=Pc_sVX7OycMDODspTxYL9QveqHs&redir_esc=y#v=onepage&q=bank syariah&f=false)

Ilmi, F. (2021). *ANALISA CUSTOMERS SWITCHING BEHAVIOR PADA BANK SYARIAH DENGAN PENDEKATAN PUSH-PULL FACTORS (Studi pada nasabah Bank Jatim Syariah di Kota Malang)*. UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH MALANG.

Imam Ghozali. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS*

2.0 M3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jones, M. A., Reynolds, K. E., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2007). The positive and negative effects of switching costs on relational outcomes. *Journal of Service Research*, 9(4), 335–355. <https://doi.org/10.1177/1094670507299382>

Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sastedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. In Sage.

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>

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>

Keaveney, S. M., & Parthasarathy, M. (2001). Customer switching behavior in online services: An exploratory study of the role of selected attitudinal, behavioral, and demographic factors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(4), 374–390. <https://doi.org/10.1177/03079450094225>

Kemendagri. (2021). *Sebanyak 94 , 82 % Penduduk Banten Beragama Islam pada Juni 2021*. 2021.

- Kim, S., Choi, M. J., & Choi, J. S. (2020). Empirical study on the factors affecting individuals' switching intention to augmented/virtual reality content services based on push-pull-mooring theory. *Information (Switzerland)*, *11*(1).  
<https://doi.org/10.3390/info11010025>
- KNKS. (2020). TREND KONVERSI KE BANK SYARIAH. *Komite Nasional Dan Keuangan Syariah*, *9*, 18. <https://knks.go.id/satu-pusatdata/7?page=5>
- Lai, J. Y., Debbarma, S., & Ulhas, K. R. (2012). An empirical study of consumer switching behaviour towards mobile shopping: A Push-Pull-Mooring model. *International Journal of Mobile Communications*, *10*(4), 386–404.  
<https://doi.org/10.1504/IJMC.2012.048137>
- Lee, E. S. (1966). A THEORY OF MIGRATION. *Demography*, *3*(1), 47–57.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8_5)
- Lee, M. K. O., & Turban, E. (2001). A trust model for consumer internet shopping. *International Journal of Electronic Commerce*, *6*(1), 75–91.  
<https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044227>
- Listyarini, O., Haryanto, J. O., & Siahaan, B. C. (2009). *THE ADOPTION OF PUSH-PULL AND MOORING MODEL* Research Problems Theoretical Framework , Hypothesis and Research Model Migration. *XV*(I), 75–88.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2000). *SERVICES MARKETING SEVENTH EDITION People, Technology, Strategy*.
- Lui, S. M. (2005). *Impacts of Information Technology Commoditization: Selected Studies from Ubiquitous Information Services* (p. 139).

- Mannheim, K. (1952). *The Problem of Generations. Essays on the Sociology of Knowledge* (Vol. 1, Issue 12).
- Matondang, T. P., Prastawa, H., & Mahachandra, M. (2019). Pengaruh Faktor Push, Pull, Dan Mooring Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan. *Industrial Engineering Online Journal*, 8(2).  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/23751>
- Moon, B. (1995). Paradigms in migration research: Exploring 'moorings' as a schema. *Progress in Human Geography*, 19(4), 504–524.  
<https://doi.org/10.1177/030913259501900404>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of. *Journal of Marketing*, 58(July), 20–38.  
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/002224299405800302>
- Munir, A. S. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Ummul Qura*, IX(1), 56–68. <https://doi.org/10.56338/jks.v4i10.1975>
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). *Habit and Intention in Everyday Life: The Multiple Processes by Which Past Behavior Predicts Future Behavior*. 1, 54–74.
- Roos, I., Edvardsson, B., & Gustafsson, A. (2004). Customer switching patterns in competitive and noncompetitive service industries. *Journal of Service Research*, 6(3), 256–271. <https://doi.org/10.1177/1094670503255850>



- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 3.
- Santoso, S. (2011). *Structural equation modeling (SEM) : Konsep dan aplikasi dengan AMOS 18* (viii). Elex Media Komputindo.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak (ed.); 1). PENERBIT ANDI (Anggota IKAPI).  
<https://books.google.co.id/books?id=NbMWEAAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODELOGI PENELITIAN* (Cetakan 1). Literasi Media Publishing.  
<https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- 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>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sultanov, & Voskresensky. (2015). *FITUR DAN TANTANGAN GENERASI Y DI RUANG PENDIDIKAN RUSIA MODERN*. 6–9.
- 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>
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>
- Syahrir, R., Wall, F., & Diallo, P. (2020). Socio-economic impacts and sustainability of mining, a case study of the historical tin mining in Singkep Island-Indonesia. *Extractive Industries and Society*, 7(4), 1525–1533. <https://doi.org/10.1016/j.exis.2020.07.023>
- Ulum, M., Tirta, I. M., Anggraeni, D., & . (2014). Structural Equation Modeling Analysis For Small Samples With Partial Least Square Approach [Analisis Structural Equation Modeling Untuk Sampel Kecil Dengan Pendekatan Partial Least Square]. *Prosiding Seminar Nasional Matematika Universitas Jember*, 1(1), 1–15.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis* (Edisi 2). Rajawali pers.
- Xu, Y. C., Yang, Y., Cheng, Z., & Lim, J. (2014). Retaining and attracting users in social networking services: An empirical investigation of cyber migration. *Journal of Strategic Information Systems*, 23(3), 239–253. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2014.03.002>
- 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>

- Zeithaml, V. a. (1981). How consumer evaluation processes differ between goods and services. *Marketing of Services*, 9(1), 186–190.  
<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:How+consumer+evaluation+processes+differ+between+goods+and+services#0>
- Zengyan, C., Yinping, Y., & Lim, J. (2009). Cyber migration: An empirical investigation on factors that affect users' Switch intentions in social networking sites. *Proceedings of the 42nd Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS*, 1–11. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2009.140>
- Zhou, T., & Lu, Y. (2011). Examining mobile instant messaging user loyalty from the perspectives of network externalities and flow experience. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 883–889. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.11.013>

