

**INTENSI NASABAH BANK SYARIAH
BERALIH LAYANAN KE BANK DIGITAL SYARIAH
DENGAN PENDEKATAN *PUSH, PULL, MOORING***



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:

IRSYAD HAMBALI

NIM. 19108020036

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI:

FARID HIDAYAT, S.H., M.S.I

NIP: 198107262015031002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN



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-542/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : INTENSI NASABAH BANK SYARIAH BERALIH LAYANAN KE BANK DIGITAL SYARIAH DENGAN PENDEKATAN PUSH, PULL, MOORING

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IRSYAD HAMBALI
Nomor Induk Mahasiswa : 19108020036
Telah diujikan pada : Rabu, 01 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
Farid Hidayat, S.H., M.S.I
SIGNED

Valid ID: 6400760b0c28



Penguji I
Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 642a7daab590e



Penguji II
Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.
SIGNED

Valid ID: 6405526e5c43f



Yogyakarta, 01 Februari 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 642a84663b9e0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Irsyad Hambali

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 : Irsyad Hambali

NIM : 19108020036

Judul Skripsi : “Intensi Nasabah Bank Syariah Beralih Layanan ke Bank Digital Syariah dengan Pendekatan *Push, Pull, Mooring*”

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

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb .

Yogyakarta 23, Januari 2023

Pembimbing


Farid Hidayat, S.H., M.S.I

NIP: 198107262015031002

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irsyad Hambali

NIM : 19108020036

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul "**Intensi Nasabah Bank Syariah Beralih Layanan ke Bank Digital Syariah dengan Pendekatan *Push, Pull, Mooring***" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam body note dan referensi. 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, 23 Desember 2022

Penyusi



Irsyad Hambali

NIM:19108020036

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Irsyad Hambali
NIM : 19108020036
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

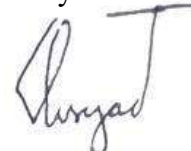
Dengan mengemban ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Intensi Nasabah Bank Syariah Beralih Layanan Ke Bank Digital Syariah Dengan Pendekatan *Push, Pull, Mooring*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif 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 sebenarnya.

Yogyakarta, 23 Januari 2023

Yang Menyatakan



Irsyad Hambali

NIM: 19108020036

HALAMAN MOTTO

"Hidup seperti mengayuh sepeda, teruslah bergerak agar kamu tidak terjatuh"



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Karya sederhana ini

Saya persembahkan untuk orang-orang terhebat dalam perjalanan hidup saya dalam keadaan suka maupun duka dengan berbagai hal yang sudah dialami dan juga yang akan datang.

Untuk Kedua orang tua terhebat dan paling sabar Bapak Yeyep dan Ibu Yuyun Juniati yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik saya sehingga saya dapat seperti ini, yang selalu memberikan doa kasih sayang dan motivasi yang tidak akan ternilai dengan materi.

Untuk Kedua kakak perempuan saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya. Serta untuk adik laki-laki saya yang selalu menjadi adik yang baik bagi saya.

Dan untuk semua orang-orang terhebat selalu mendengarkan kesambatan saya yang sudah support memberikan dukungan, motivasi, kritikan, masukan dan Do'a sepenuh hati sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



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 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'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža'	ž	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	Wa
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مَمْتَعِدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
مَعِدَةٌ	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.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

اَ	Fathah	Ditulis	A
----	--------	---------	---

ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	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	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

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

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
1. Manfaat teoritis.....	8
2. Manfaat praktis.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB I PENDAHULUAN	9
BAB II LANDASAN TEORI	9
BAB III METODE PENELITIAN.....	9
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	10
BAB V PENUTUP.....	10
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Bank Syariah	11
3. <i>Push Pull Mooring</i>	12
B. Kajian Pustaka	20

C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	24
1) Pengaruh <i>push factors</i> (<i>low quality</i> (X1), <i>low satisfaction</i> (X2)) terhadap <i>switching intention</i>	25
2) Pengaruh <i>pull factors</i> (<i>Alternative Attractiveness</i>) (X3) terhadap <i>switching intention</i>	26
3) Pengaruh <i>mooring factors</i> (<i>switching cost</i>) terhadap <i>switching intention</i>	27
4) Pengaruh <i>alternative attractiveness</i> terhadap <i>switching intention</i> yang dimoderasi oleh <i>switching cost</i>	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
1. Variabel independen.....	29
2. Variabel dependen.....	29
3. Variabel Moderasi.....	30
1. Populasi	33
2. Sampel	34
D. Sumber Data dan Teknik pengumpulan.....	35
E. Metode Pengujian Hipotesis	35
BAB IV	40
A. HASIL PENGUMPULAN DATA	40
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	xix

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka.....	20
Tabel 3. 1 Indikator Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	35
Tabel 4. 1 Domisili Responden.....	41
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	41
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 4. 5 Penghasilan Responden.....	42
Tabel 4. 6 Loading Factor.....	43
Tabel 4. 7 Average Variance Extracted (AVE).....	45
Tabel 4. 8 Validitas Diskriminan.....	46
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4. 10 Path Coefficient.....	47
Tabel 4. 11 Koefisien Determinan.....	48
Tabel 4. 12 Uji Hipotesis.....	49



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Menggunakan Bank Digital	3
Gambar 1. 2 Tingkat Pengetahuan Bank Digital	6
Gambar 2. 1 Teori Push Pull Mooring	14
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4. 1 Model Analisis Data	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	xix
Lampiran 2 Data Responden.....	xxiv
Lampiran 3 Original Data	xxvi
Lampiran 4 Loading Factor.....	xxxiii
Lampiran 5 Average Variance Extracted (AVE).....	xxxiv
Lampiran 6 Validitas Diskriminan.....	xxxv
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	xxxv
Lampiran 8 Path Coefficient.....	xxxv
Lampiran 9 Koefisien Determinasi.....	xxxvi
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	xxxvi
Lampiran 11 link Rekaman Wawancara.....	xxxvi
lampiran 12 Curriculum Vitae.....	104



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirobbilualamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat kesempatan, nikmat hidayah dan nikmat karuniaNya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat. Setelah melalui proses yang cukup panjang, Alhamdulillah atas izin Allah skripsi atau tugas akhir ini dapat diselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan serta kesulitan yang penulis hadapi. Namun berkat kesungguhan hati dan kerja keras serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga membuat penulisan tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, MA., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I, M.A., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester.
5. Bapak Farid Hidayat, S.H.I., M.S.I selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran, serta memberikan motivasi selama saya menyusun skripsi ini.
6. Seluruh dosen Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah menyampaikan ilmunya kepada penulis selama ini dan semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat bagi siapa saja nanti, khususnya bagi diri penulis sendiri.
7. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Ibu Yuyun Juniati dan Bapak Yeyep Jomantra, yang dengan tulus selalu mendoakan, memberikan motivasi baik materil maupun non material kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan untuk Ibu dan Bapak, dibawah berkah sayangNya. Aamiin.
8. Kedua Kakak perempuanku Yulia Pratami dan Rima Rahmawati, dan adik saya Rozaan Munif Afkar, terimakasih atas doa dan motivasinya. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan untuk saudaraku.
9. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2019, Khususnya Perbankan Syariah B yang akan selalu kukenang, terimakasih atas kebersamaan, perhatian dan kebaikan teman-teman. Kalian tidak akan pernah terlupakan.
10. Seluruh sahabat-sahabat saya yang selalu mendukung dan mendengarkan keluh kesahku setiap saat.
11. Seluruh pihak yang mendukung penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diberikan balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, serta bagi pembaca pada umumnya. Wallahul Muwaffiq ila Aqwamit Tharieq Aamiin Ya Robbal 'Alamin Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 15 Desember 2022



Irsyad Hambali



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Perkembangan bank digital belakangan ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berbagai kemudahan yang ditawarkan bank digital membuat banyak nasabah yang tertarik untuk menggunakan bank digital. Penelitian ini berupaya mengukur intensi nasabah beralih dari layanan bank syariah non-digital ke bank digital syariah dengan pendekatan PPM (*Push, Pull, dan Mooring*). Variabel yang digunakan adalah *low quality*, *low satisfaction*, dan *alternative attractiveness* yang masing-masing dimoderasi oleh *switching cost*. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada sebanyak 152 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS SEM) untuk uji model pengukuran (uji validitas dan reliabilitas) dan uji model struktural (uji hubungan antara konstruk). Hasil penelitian ini menunjukkan *low quality*, *low satisfaction*, sebagai *push factor* tidak berpengaruh terhadap intensi beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah. Sementara variabel *alternative attractiveness* sebagai *pull factor* berpengaruh terhadap intensi beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah. Sedangkan *mooring factor* berupa variabel *switching cost* mempengaruhi secara negatif intensi beralih nasabah, akan tetapi tidak memoderasi hubungan antara *pull factor* terhadap intensi beralih.

Kata Kunci: Bank digital, *low quality*, *low satisfaction*, *alternative attractiveness*, intensi beralih

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The development of digital banking has recently experienced quite rapid development. The various conveniences offered by digital banks have attracted many customers to use digital banks. This study seeks to measure customer intentions to switch from non-digital Islamic bank services to digital Islamic banking using the PPM (Push, Pull, and Mooring) approach. The variables used are low quality, low satisfaction, and alternative attractiveness, each of which is moderated by switching costs. In this study, data were obtained by distributing questionnaires which were distributed to as many as 152 respondents. The analysis technique used in this study is Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS SEM) to test the measurement model (validity and reliability test) and structural model test (test the relationship between constructs). The results of this study indicate that low quality, low satisfaction, as a push factor does not affect the intention of switching Islamic bank customers to Islamic digital banks. Meanwhile, the alternative attractiveness variable as a pull factor influences the intention to switch Islamic bank customers to Islamic digital banks. Meanwhile, the mooring factor in the form of a variable switching cost negatively affects the intention to switch customers, but does not moderate the relationship between the pull factor and the intention to switch.

Keywords: digital bank, low quality, low satisfaction, alternative attractiveness, switching intention.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada abad ke-21, kemajuan teknologi baru telah menyebabkan lingkungan industri perbankan yang dinamis, berubah dan sangat kompetitif (Beerli et al., 2004). Tren bank digital atau *neo-bank* berkembang cukup pesat. Salah satu faktor perkembangan bank digital ini adalah proses nya yang praktis dan cepat. Tujuan dalam digitalisasi bank adalah untuk mencapai kepuasan nasabah, karena kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama dalam praktek industri perbankan dan yang biasa disebut dengan sektor jasa, nasabah juga akan dengan mudah beralih dari pesaing ke bank lain jika mereka tidak menemukan kenyamanan yang diharapkan dari bank tersebut (Toyyibi, 2022).

Penyebaran wabah *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) mendorong berbagai negara untuk melakukan disease containment melalui pembatasan aktivitas. Kebijakan pembatasan aktivitas yang bertujuan mengurangi tingkat penyebaran wabah telah berdampak negatif terhadap perekonomian global (Bank Indonesia, 2020)¹. Industri perbankan merupakan salah satu industri yang terdampak dari pembatasan ini, dimana nasabah mengurangi aktivitas tatap muka dan lebih banyak menggunakan layanan secara daring, fenomena ini yang membuat bank digital dirasa sangat membantu nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).²

Demikian pula transaksi uang elektronik tumbuh 20,19% dan transaksi perbankan digital tumbuh 38,38% secara tahunan menjadi Rp5.184,1 T sampai

¹ Bank Indonesia, “Kebijakan Penanganan Pandemi Covid-19” <https://www.bi.go.id/id/publikasi/> (10 November 2022)

² OJK, “OJK Update: Kebijakan Terkait Covid-19” <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/> (20 November 2022)

dengan bulan Oktober 2022. *Mobile banking* menjadi salah satu layanan favorit karena dapat diakses dimana saja lewat gawai atau telepon pintar (kontan.co.id, 2021).³ Di Indonesia, terdapat beberapa perusahaan yang bersaing dalam industri perbankan digital; Jenius oleh Bank BTPN, Digibank oleh DBS, TMRW oleh UOB, dan Bank Jago. Setiap perusahaan melayani audiens yang sama; milenial muda yang memiliki daya beli, dan ingin mengatur keuangannya secara efektif dan efisien (Natadirja & Pasaribu, 2022). Tidak hanya bank digital konvensional saja yang sudah hadir, baru-baru ini muncul juga bank digital syariah pertama bernama Bank Aladin yang menjadi pionir berdirinya bank digital syariah di Indonesia. selanjutnya disusul dengan Bank Jago yang berinovasi menghadirkan unit usaha syariah (UUS) yang bernama Bank Jago Syariah.⁴

Tidak ingin dikalahkan oleh bank digital, perbankan konvensional berlomba-lomba untuk menghadirkan *digital banking* atau layanan digital yang paling bagus. Layanan digital ini dapat berupa internet banking atau *mobile banking* yang dapat mempermudah layanan nasabah. Kendati menawarkan layanan digital seperti mobile banking, akan tetapi layanan perbankan digital ini masih terbatas, masih ada beberapa hal yang mengharuskan nasabah datang ke kantor bank terdekat seperti penggantian kartu debit, verifikasi data nasabah, pendaftaran kartu debit, dan lain-lain. Selain dari pelayanan bank digital yang dilakukan seratus persen digital, bank digital ini juga menawarkan berbagai promosi yang jarang ditawarkan bank konvensional, seperti gratis transfer ke bank lain sejumlah 5 sampai 25 kali per bulan, gratis tarik tunai di ATM bank

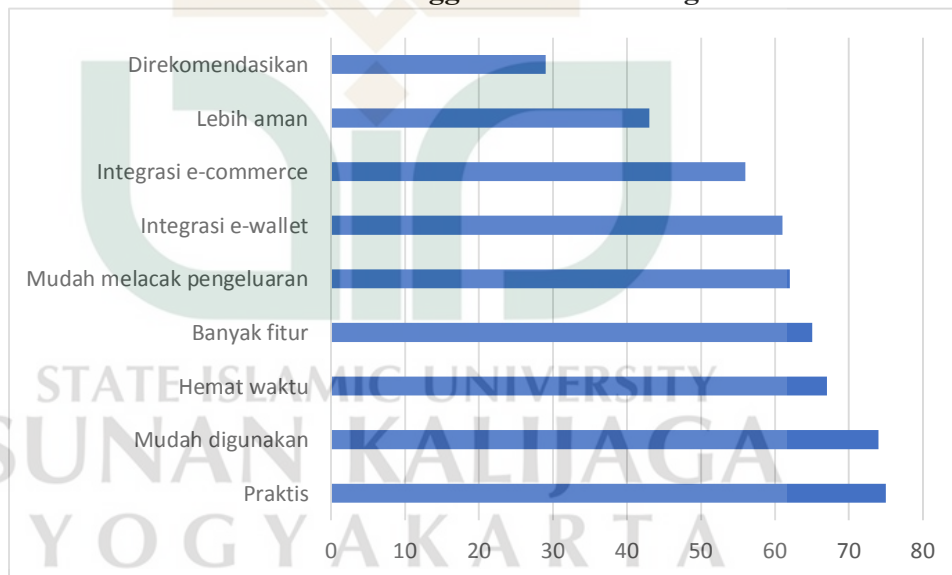
³ Walfajri, "Capai Rp 28.685 triliun di September, nilai transaksi digital banking melesat 46,72%" <https://www.kontan.co.id> (20 November 2022)

⁴ Farrel, "Penggunaan Bank Digital di Tangan Millennial" https://money.kompas.com/read/2021_05 (5 Desember 2022)

lain 5 kali per bulan, hingga penawaran bunga tabungan di atas 5% (Cnbcindonesia, 2022).⁵

Niat berpindah atau intensi beralih menurut Bansal (2005) adalah tingkat kemungkinan atau kepastian bahwa konsumen akan berpindah dari penyedia layanan yang ia gunakan ke penyedia layanan yang baru. Dalam penelitian Dailysocial.id mengungkapkan bahwa dari 1.500 responden, 57,2% mengaku setuju tertarik dengan bank digital, 77,7% responden yang setuju tertarik mengaku bahwa hal yang menarik dari perbankan digital bagi mereka adalah proses pembukaan rekening yang cepat dan mudah, alasan lain adalah layanan yang sepenuhnya digital, tampilan UI/UX yang menarik, biaya bulanan yang rendah, dan dapat melakukan transfer gratis ([Dailysocial.id](https://www.dailysocial.id)).⁶

Gambar 1. 1 Alasan Menggunakan Bank Digital



Sumber: Databoks (2022)

⁵ Andrianto “Ini Daftar Bunga Deposito Selangit Bank Digital, Tertarik?” <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney> (5 Desember 2022)

⁶ Randi Eka "Laporan DSInnovate: Bank Digital di Indonesia 2021" <https://www.dailysocial.id> (15 Desember 2022)

Menurut survei Populix pada tahun 2022 yang diterbitkan oleh Databoks, alasan terbesar nasabah menggunakan bank digital adalah praktis, mudah digunakan, dan hemat waktu. Dalam laporan yang disampaikan McKinsey&Company (2019) dalam survei nya terhadap 339 nasabah bank nondigital, menunjukkan bahwa 56% dari mereka ingin menggunakan bank digital dalam enam bulan ke depan. Ketertarikan dan keinginan responden terhadap bank digital ini lah yang memungkinkan mereka beralih dari menggunakan layanan perbankan tradisional ke perbankan digital.

Fenomena peralihan konsumen dari satu penyedia layanan ke penyedia layanan lain dikenal dengan istilah *customers switching behavior*. Bansal dan Taylor (1999) menyatakan bahwa switching behavior dalam jasa perbankan adalah perilaku nasabah yang berpindah layanan ke jasa perbankan yang berbeda dengan atau tanpa menutup rekening di bank sebelumnya.

Bansal (2005) menyatakan bahwa perilaku beralih (*switching behavior*) sangat dipengaruhi oleh niat beralih (*switching intention*). Kerangka kerja *push, pull, mooring* (PPM) merupakan salah satu kerangka kerja yang dapat mengkaji niat seseorang untuk beralih. Bansal et al (2005) mengemukakan bahwa sangat perlu untuk perusahaan dalam memahami hal-hal yang membuat konsumen beralih dan tidak beralih ke produk atau layanan lain. Model PPM (*push, pull and mooring*) hadir sebagai kerangka pemersatu untuk meneliti perpindahan konsumen.

Penggunaan teori *push, pull dan mooring* telah banyak digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan niat beralih atau *switching intention*. Dalam riset yang dibuat oleh Lin et al (2021) menyimpulkan bahwa faktor *push* yang terdiri dari kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan faktor *Pull* yaitu kepercayaan berpengaruh terhadap intensi beralih, sedangkan faktor penambat berupa biaya beralih tidak

memiliki pengaruh terhadap intensi beralih. Hasil riset dari (Fredlina, 2015; Kaur et al., 2012; Sugandha & Indarwati, 2021; Villian et al., 2022) menunjukkan hasil yang sama, dimana variabel *quality* dan *satisfaction* memiliki pengaruh terhadap niat beralih. Dalam penelitian Sugandha & Indarwati (2021) faktor *mooring* yaitu *switching cost* tidak terdapat pengaruh terhadap niat beralih.

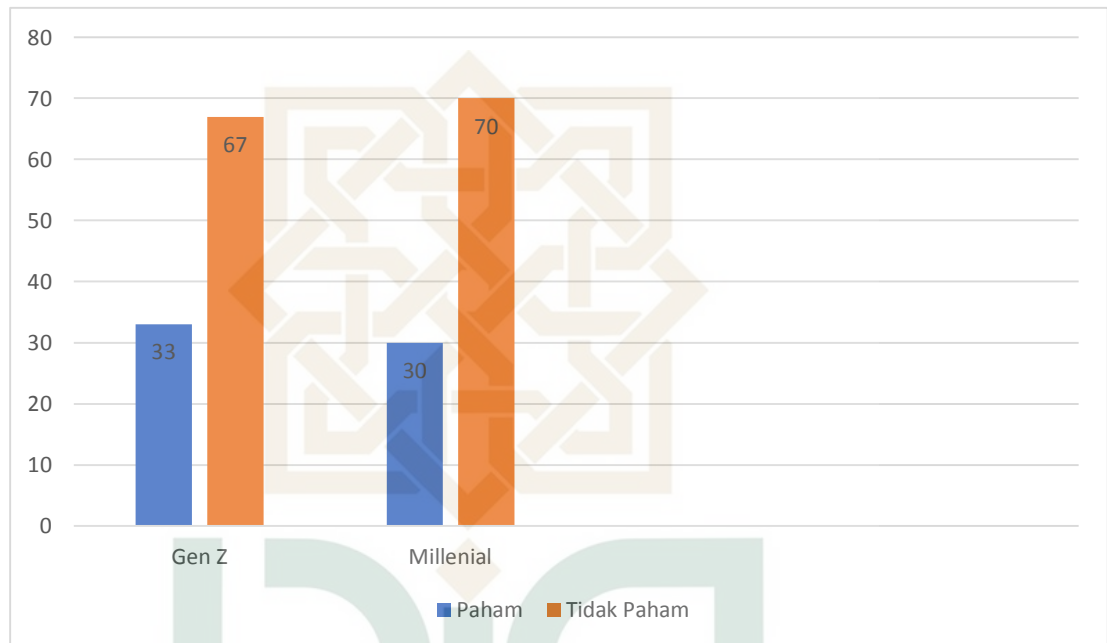
Berbeda dengan penelitian di atas penelitian yang dilakukan oleh (Djusmin & Dirgahayu, 2019; Fan et al., 2021; Jung et al., 2017) menunjukkan bahwa variabel *push* yaitu *quality* dan *satisfaction* tidak berpengaruh terhadap intensi beralih. Hasil riset Papalapu (2015) menyimpulkan faktor *mooring* yaitu *switching cost* terdapat pengaruh terhadap niat beralih.

Pada penelitian ini peneliti ingin mengkaji mengenai intensi niat nasabah bank syariah untuk beralih menggunakan bank digital yang menggunakan prinsip syariah. Penelitian dilakukan di Provinsi Yogyakarta terhadap generasi z yang menggunakan bank syariah. Provinsi Yogyakarta dipilih karena berdasarkan sensus penduduk Yogyakarta tahun 2020 menunjukkan bahwa 23,73% penduduk provinsi DIY adalah generasi z yang menjadi mayoritas dibandingkan generasi lain. Kondisi ini didukung juga persepsi Yogyakarta sebagai kota pelajar yang memiliki ratusan perguruan tinggi.

Pengertian generasi z dalam *generation theory* yang dijelaskan oleh Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall (2004) adalah generasi yang lahir pada periode 1995-2010. Berdasarkan survei BPS pada tahun 2020 diketahui bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah generasi z (27,94 %) sedangkan generasi y atau millennial 25,87 % (Maharani, 2021). Generasi z digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini karena generasi ini adalah kelompok yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan teknologi sehingga sudah sangat familiar

dalam memanfaatkan teknologi termasuk dalam melakukan transaksi seperti menggunakan bank digital.

Gambar 1. 2 Tingkat Pengetahuan Bank Digital



Sumber: Research & Analytics KG Media 2021

Dalam grafik di atas dapat dilihat bahwa tingkat pengetahuan atau pemahaman generasi z akan bank digital lebih tinggi dari generasi millennial, oleh karena itu penelitian ini akan lebih cocok jika menggunakan sampel generasi z.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti terdorong untuk meneliti perilaku nasabah bank syariah, dengan judul: **“Intensi Nasabah Bank Syariah Beralih Layanan Ke Bank Digital Syariah Dengan Pendekatan *Push, Pull, Mooring*”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor *push (low quality)* memiliki pengaruh positif terhadap intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah?
2. Apakah faktor *push (low satisfaction)* memiliki pengaruh positif terhadap intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah?
3. Apakah faktor *pull (alternative attractiveness)* memiliki pengaruh positif terhadap intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah?
4. Apakah faktor *mooring (switching cost)* memiliki pengaruh negatif terhadap intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah?
5. Apakah faktor *mooring (switching cost)* memiliki pengaruh moderasi antara faktor *pull (alternative attractiveness)* terhadap intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *push effect (low quality)* dapat mempengaruhi secara positif intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah.

2. Untuk mengetahui apakah *push effect (low satisfaction)* dapat mempengaruhi secara positif intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah.
3. Untuk mengetahui apakah *pull effect (Alternative Attraction)* dapat mempengaruhi secara positif intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah.
4. Untuk mengetahui apakah *mooring effect (switching cost)* dapat mempengaruhi secara negatif intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah.
5. Untuk mengetahui apakah *mooring effect (switching cost)* berpengaruh dalam memoderasi hubungan *pull effect (Alternative Attraction)* dengan intensi beralih nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi tolak ukur untuk penelitian selanjutnya terkait intensi beralih nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah dengan pendekatan *push, pull, mooring*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk menambah pengetahuan terkait ilmu pemasaran perbankan syariah dan mampu menganalisis permasalahan yang ada pada perbankan syariah.

b. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu informasi bagi perusahaan dalam memahami perilaku nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

Isi utama dari penelitian ini disajikan dalam sistematika penulisan untuk mempermudah dalam membahas dan mencari informasi. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini, yaitu berisi: latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian. Kemudian pokok bahasan yang terakhir dalam bab satu ini yakni berkaitan sistematika pembahasan, di mana akan menjelaskan mengenai sistematika pembahasan dari bab satu hingga bab terakhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu serta konsep yang dijadikan patokan untuk mendukung penelitian ini dan juga sebagai dasar dalam penentuan hipotesis. Pokok pembahasan terakhir yakni kerangka pemikiran, pada bagian ini menjelaskan garis besar atau model penelitian yang akan dilakukan dalam pembacaan ini untuk setiap faktor yang akan dimunculkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini seperti jenis dan sifat penelitian. Kemudian bab ini juga membahas variabel penelitian yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Kemudian pada bab tiga juga membahas populasi dan sampel yang diambil hingga penentuan jumlah sampel penelitian, membahas sumber dan teknik pengumpulan data. Terakhir bab tiga ini membahas teknik pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bagian ini membahas hasil pengolahan data dari pembahasan lengkap temuan pada saat penelitian dilakukan. Bagian ini juga berisi tentang proses menganalisis data penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sesuai dengan perangkat ilmiah yang digunakan. Peneliti menjelaskan hasil temuan dengan teori serta didukung dengan hasil penelitian sebelumnya

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bagian ini juga merangkum hasil dan interpretasi peneliti, serta masukan kepada pihak terkait yang dapat dijadikan sebagai masukan baik bagi pihak pembaca maupun peneliti setelah nya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Low quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *switching intention*. Sehingga, semakin tinggi atau rendah *low quality* tidak mempengaruhi *switching intention* nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah.
2. *Low satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *switching intention*. Sehingga, semakin tinggi atau rendah *low satisfaction* tidak mempengaruhi *switching intention* nasabah bank syariah ke layanan bank digital syariah.
3. *Alternative attractiveness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Sehingga, semakin tinggi *alternative attractiveness* daya tarik bank digital syariah, semakin tinggi pula *switching intention* atau niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.
4. *Switching cost* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *switching intention*. Sehingga semakin tinggi *switching cost* atau biaya beralih maka semakin rendah *switching intention* atau niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah
5. Faktor *mooring (switching cost)* tidak memoderasi hubungan antara *pull effects (alternative attractiveness)* terhadap *switching intention*. Sehingga *switching cost* atau biaya beralih tidak memperkuat atau memperlemah hubungan

antara *pull effects (alternative attractiveness)* dengan *switching intention*.

B. SARAN

Dari hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini maka peneliti memberi beberapa saran untuk peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian berikutnya mengenai intensi beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah bisa menggunakan sampel yang lebih banyak, lebih luas dan lebih beragam dari penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menambah berbagai variabel yang belum ada dalam penelitian ini, sehingga hasil dari penelitian tersebut bisa lebih maksimal.
3. Bagi pihak perbankan syariah alangkah lebih baik apabila dapat meningkatkan daya tariknya sehingga dapat mempertahankan nasabahnya, dan tetap mempertahankan kualitas pelayanan agar kepuasan nasabah tetap terjaga. Karena berdasarkan hasil penelitian ini, daya tarik bank digital syariah mempengaruhi keinginan nasabah bank syariah untuk berpindah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto HM. 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Bansal, H. S., & Taylor, S. F. (1999). The Service Provider Switching Model (SPSM): A Model of Consumer Switching Behavior in the Services Industry. *Journal of Service Research*, 2(2), 200–218. <https://doi.org/10.1177/109467059922007>
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). “Migrating” to new service providers: Toward a unifying framework of consumers’ switching behaviors. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 33, Issue 1, pp. 96–115). <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>
- Baron, R. M., & Kenny, D. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1181.
- Beerli, A., Martín, J. D., & Quintana, A. (2004). A model of customer loyalty in the retail banking market. *European Journal of Marketing*, 38(1–2), 253–275. <https://doi.org/10.1108/03090560410511221>
- 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>
- Chuang, Y. F. (2011). Pull-and-suck effects in Taiwan mobile phone subscribers switching intentions. *Telecommunications Policy*, 35(2), 128–140. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2010.12.003>
- Djusmin, V., & Dirgahayu, R. T. (2019). Push Pull Mooring dan Pyschological Ownership terhadap Perilaku Beralih Pengguna Instant Messaging. *Indonesian Journal of Information Systems*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.24002/ijis.v2i1.2013>

- Fan, L., Zhang, X., Rai, L., & Du, Y. (2021). Mobile payment: The next frontier of payment systems? - an empirical study based on a push-pull-mooring framework. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(2), 155–169. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762021000200111>
- Farah, M. F. (2017). Application of the theory of planned behavior to customer switching intentions in the context of bank consolidations. *International Journal of Bank Marketing*, 35(1), 147–172. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2016-0003>
- Fredlina, C. (2015). Pengaruh Faktor Push, Pull, dan Mooring Effect Terhadap Keinginan Berpindah (Switching Intention) pada Konsumen Telkom IndiHome Kota Malang. *Syria Studies*, 7(1), 37–72.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Ghozali, J., & Laten, H. (2015). Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi mengunkam program smart PLS 3.0 (2nd ed). Semarang: universitas diponegoro.
- Han, H., Kim, W., & Hyun, S. S. (2011). Switching intention model development: Role of service performances, customer satisfaction, and switching barriers in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 619–629. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.11.006>
- Haryanto, J., & Chairy. (2007). Model Baru Dalam Migrasi Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 08(01).
- 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>
- Jansen. (2019). Pengaruh Service Attributes Terhadap Overall Satisfaction Dan Membership Renewal Intention Member Knockout Boxing Camp Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- 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>
- Kaur, G., Sharma, R. D., & Mahajan, N. (2012). Exploring customer switching intentions through relationship marketing paradigm. *International Journal of Bank Marketing*, 30(4), 280–302. <https://doi.org/10.1108/02652321211236914>
- Kotler, philip, & keller, kevin. (2008). *marketing management*.
- Kuo, Y. F., hu, T. L., & Yang, S. C. (2013). Effects of inertia and satisfaction in female online shoppers on repeat purchase intention: The moderating roles of word-of-mouth

- and alternative attraction. *Managing Service Quality: An International Journal*, 23(3), 168–187. <https://doi.org/10.1108/09604521311312219>
- Lee, E. S. (1966). *A Theory Of Migration*. <http://read.dukeupress.edu/demography/article-pdf/3/1/47/908149/47lee.pdf>
- Lin, X., Chien, W., & Hung, C. (2021). The Impact of Switching Intention of Telelearning in COVID-19 Epidemic's Era: The Perspective of PushPull-Mooring Theory . *Frontiers in Psychology*, 12, 1–14.
- Liu, J., & Lee, .jungmann. (2020). Factors Analysis Influencing the Switching Intention of Chinese Mobile Games based on Push-Pull-Mooring Model. *J. Inf. Technol. Appl. Manag*, 27(5), 49–68. <https://doi.org/10.21219/jitam.2020.27.5.049>
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154.
- Moon, B. (1995). *Paradigms in migration research: exploring "moorings" as a schema*. Shelley and Koven.
- Nimako, S., Nimako, S. G., & Ntim, B. A. (2015). Developing a switching index for mobile telecommunication industry. Developing a switching index for mobile telecommunication industry. In *International Journal of Business Innovation and Technology (IJBIT)* (Vol. 1, Issue 1). <https://www.researchgate.net/publication/301340969>
- Natadirja, M., & Pasaribu, L. H. (2022). E - Loyalty Analysis on Digital Banking Application Bank Jago. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1473–1477.
- Othman, A., & 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*.
- Papalapu. (2015). Pengaruh Push, Pull, Dan Mooring Terhadap Perilaku Switching Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Indovision Manado). *Jurnal Efisiensi Berkala Ilmiah*, 15(04), 458–469.
- Prima Matondang, T., Heru Prastawa, I., & Manik MJM, D. (2019). *Pengaruh Faktor Push, Pull, Dan Mooring Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan*.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Siddiqui, K. (2011). Personality influences Customer Switching. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(10), 363–373.

- Sugandha, & Indarwati. (2021). Pengaruh Push, Pull, Dan Mooring Terhadap Switching Intention Pada Konsumen Pengguna Wifi Di Era Pandemi Covid-19. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- 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.
- Toyyibi, M. (2022). *Persepsi Milenial Perbankan Terhadap Perbankan Syariah Digital: Sebuah Kasus Kajian Bank Jago Syariah*. 1(2), 1–13.
- Villian, Kindangen, & Gunawan. (2022). *The Analysis Of Customer Switching Behaviour To Pt . Bank Rakyat Indonesia Tbk In Manado Analisis Perilaku Perpindahan Pelanggan Ke Pt . Bank Rakyat Indonesia Tbk*. 10(2), 738–747.