

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERALIH
UMKM KE *PEER TO PEER (P2P) SYARIAH : PUSH-PULL MOORING*
MODEL**



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:

ALWAN NAUFAL

NIM 18108020057

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

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

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERALIH
UMKM KE *PEER TO PEER (P2P) SYARIAH : PUSH-PULL MOORING*
MODEL**



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:

ALWAN NAUFAL

NIM 18108020057

PEMBIMBING

HASAN AL BANNA, SEL., M.E

NIP 19900312 000000 1 301

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

2024

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-1724/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2024

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERALIH UMKM KE *PEER TO PEER (P2P) SYARIAH : PUSH-PULL MOORING MODEL*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALWAN NAUFAL
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020057
Telah diujikan pada : Kamis, 07 November 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

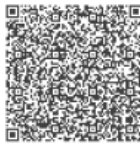
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Hasan Al Banna, SEI., M.E
SIGNED

Valid ID: 675672d326fee



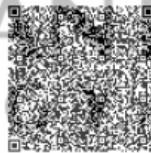
Penguji I
Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 674ea860c86e0



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

Valid ID: 67566fc401ef5



Yogyakarta, 07 November 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 6756916fad54d

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Alwan Naufal

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 menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Alwan Naufal

NIM :18108020057

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERALIH UMKM KE PEER TO PEER (P2P) LENDING SYARIAH : PUSH-PULL MOORING MODEL**

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

Dengan ini kami harapkan agar skripsi saufara tersebut dapat segera *dimunagosyahkan*. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 Januari 2024

Pembimbing



Hasan Al Banna, SEL. M.E.
NIP: 19900312 000000 1 301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alwan Naufal
NIM : 18108020064
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERALIH UMKM KE *PEER TO PEER (P2P) LENDING SYARIAH : PUSH-PULL MOORING MODEL*” adalah benar-benar hasil kerja penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila dalam lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat ini saya buat agar dimaklumi dan digunakan sebagai mana mestinya .

Yogyakarta, 23 Oktober 2024

Penyusun



Alwan Naufal

NIM. 18108020057



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

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

Nama : Alwan Naufal
NIM : 18108020057
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERALIH UMKM KE *PEER TO PEER* (P2P) SYARIAH : *PUSH-PULL MOORING* MODEL”**.

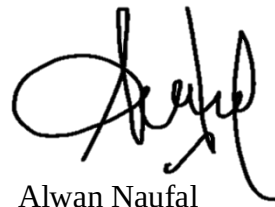
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 11 November
2024

Yang menyatakan,



Alwan Naufal

NIM. 18108020057

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada yang bisa menyelamatkanmu selain dirimu sendiri, dan kamu layak diselamatkan. Ini perang yang tidak mudah dimenangkan, tetapi jika ada sesuatu yang layak untuk dimenangkan maka ini dia” – **Charles Bukowski**



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim dengan mengucap rasa syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam kita haturkan kepada nabi Muhammad SAW, saya menyampaikan persembahan ini kepada orang tua saya Bapak Nelfi Heldi dan Ibu Elfemi Suryati. Serta adik saya Hafizha Nabila dan Keluarga besar saya.

Sebagai bentuk penghargaan, saya juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Hasan Al Banna, SEI., M.E 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.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayahnya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam mudah-mudahan tercurahkan keharibaan Nabi kita Muhammad SAW. Semoga kita termasuk orang golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul kiyamah* Aamiin.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studistrata-1 serta untuk mendapatkan gelar sarjana dibidang Ilmu Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Meskipun, tidak dapat saya pungkiri ternyata dalam menyusun skripsi ini penulis masih banyak memiliki kekurangan, hal ini semata-mata karena keterbatasan penulis. Dalam penyusunan skripsi ini penulis sangat berterimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan berupa moril dan materiil sehingga penyusunan laporan ini dapat terselesaikan. Untuk itu perkenankan penulis menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Alex Fahrur Riza SE., M.Sc. selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Bapak Hasan Al Banna, SEI., M.E 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. Kedua orang tua yang saya sayangi Bapak Nelfi Heldi dan Ibu Elfemi Suryati, yang telah mencintai saya tanpa syarat, mendidik dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang yang mana menjadi sumber segala sesuatu bagi saya.
8. Saudara perempuan saya Hafizha Nabila yang mendukung, menemani, menjaga, merawat serta memberi arahan dan masukan serta nasihat kepada saya.
9. Kepada seluruh keluarga besar. Terimakasih banyak atas doa dan dukungannya kepada saya yang tiada henti.
10. Sahabat karib seperjuangan saya yang telah melewati suka duka selama di tanah rantau yaitu Abdul, Riki, Syahrul, Yoga, Aji, Al, Adit, Akif dan Julian.
11. Teman-teman kost saya di Wisma Darussalam, teman-teman HRD ForSEBI 2020/2021 dan teman-teman Volturius alumni 1 SMA CRIBS yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	9
C. TUJUAN MASALAH	10
D. MANFAAT PENELITIAN	10
E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. LANDASAN TEORI.....	13

1. <i>Peer to Peer (P2P) Lending Syariah</i>	13
2. <i>Switching Intention</i>	35
2. <i>Push-Pull Mooring Model</i>	37
B. PENELITIAN TERDAHULU	52
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	60
D. KERANGKA PEMIKIRAN	77
BAB III METODE PENELITIAN	79
A. JENIS PENELITIAN	79
B. POPULASI DAN SAMPEL	80
1. Populasi	80
2. Sampel	80
C. JENIS DAN SUMBER DATA	82
1. Jenis Data	82
2. Sumber Data	82
3. Teknik Pengumpulan Data	83
D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	86
E. TEKNIK ANALISIS DATA	89
1. Analisis Partial Least Square (PLS) <i>Second Order</i>	89
2. Interpretasi Model	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	95
A. KARAKTERISTIK RESPONDEN	95
B. HASIL PENELITIAN	100
1. Uji Model Pengukuran (Outer Model)	100
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	112

3. Uji Hipotesis	117
C. PEMBAHASAN	119
BAB V PENUTUP	142
A. KESIMPULAN.....	142
B. KETERBATASAN PENELITIAN	144
C. SARAN	145
DAFTAR PUSTAKA.....	146
CURRICULUM VITAE.....	172



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indentitas Responden	156
Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden	163
Lampiran 3 Curriculum Vitae (CV).....	172



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna Borrower dan Lender Fintech P2P Lending di Indonesia 2021 - 2023.....	3
Tabel 1. 2 Jumlah UMKM, Rekening Peminjam dan Omset per tahun Provinsi Yogyakarta 2021 - 2023.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	52
Tabel 3. 1 Modifikasi Skala Likert	85
Tabel 3. 2 Indikator Penelitian	86
Tabel 4. 1 Jenis Usaha.....	95
Tabel 4. 2 Data Lokasi Bisnis Beroperasi.....	96
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri	97
Tabel 4. 4 Data Pendapatan Responden Perbulan	97
Tabel 4. 5 Data Cara Pengajuan Pinjaman Responden.....	98
Tabel 4. 6 Data Bank Pembiayaan Responden.....	98
Tabel 4. 7 Data Pandangan Terhadap Peer to Peer Lending	99
Tabel 4. 8 Data Pandangan Terhadap Peer to Peer Lending Syariah	99
Tabel 4. 9 Nilai AVE dan Outer Loading	101
Tabel 4. 10 Nilai AVE dan Outer Loading Modifikasi	104
Tabel 4. 11 Cross Loading	107
Tabel 4. 12 Average Variance Extracted (AVE).....	109
Tabel 4. 13 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	111
Tabel 4. 14 Path Coefficient.....	114
Tabel 4. 15 R-Square	117
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	77
Gambar 4. 1 Outer Model	100
Gambar 4. 2 Outer Model Setelah Modifikasi	103



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat UMKM terhadap P2P *lending* Syariah menggunakan model *Push-Pull Mooring*. Objek penelitian adalah UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian bersifat kuantitatif dan dianalisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)–Structural Equation Model (SEM)*. Hasil menunjukkan faktor pendorong berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sedangkan *alternative attractiveness* sebagai faktor penarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. *Switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *inertia*, yang kemudian *inertia* sebagai faktor penambat dapat memperlemah hubungan antara *dissatisfaction* dengan *switching intention*. Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan daya tarik P2P *lending* syariah untuk menarik minat UMKM maupun masyarakat luas.

Kata kunci : *Push-Pull Mooring*, Minat Beralih, P2P *Lending* Syariah, UMKM.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to analyze the switching intention of SMEs toward Sharia P2P lending using the Push-Pull Mooring model. The study's object is SMEs in the Special Region of Yogyakarta. This quantitative research was analyzed using Partial Least Square (PLS)–Structural Equation Modeling (SEM). The results indicate that push factors have a negative and insignificant effect, while alternative attractiveness as a pull factor has a positive and significant effect on switching intention. Switching cost has a positive and significant effect on inertia, which in turn weakens the relationship between dissatisfaction and switching intention. The study highlights the importance of enhancing the attractiveness of Sharia P2P lending to attract SMEs even the wider community.

Keywords: *Push-Pull Mooring, Switching Intention, Sharia P2P Lending, SME's*



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Terlihat dari akhir-akhir ini, perkembangan teknologi telah berlangsung dengan pesat, terutama terlihat melalui revolusi industri 4.0. Revolusi ini sering dianggap sebagai revolusi digital, yang bertujuan memperkenalkan teknologi produksi massal yang lebih efektif dan efisien (Kagermann et al., 2013). Tjandrawinata (2016) menambahkan bahwa revolusi ini menandai masa disrupsi dalam dunia teknologi, di mana otomatisasi dan konektivitas berkelanjutan mengubah cara pergerakan industri dan persaingan kerja. Menurut Kasali (2018), disrupsi adalah perubahan yang terjadi ketika masa depan menyentuh masa kini, dihasilkan dari terobosan baru yang mengubah sistem yang sudah ada.

Revolusi industri 4.0 telah mendorong berbagai inovasi di banyak sektor, termasuk keuangan, yang menjadi fokus penelitian ini. Permintaan masyarakat dan perubahan gaya hidup mendorong kemajuan teknologi digital, yang selanjutnya mengubah lanskap ekonomi dan keuangan (World Bank, 2019). Dalam konteks ini, perusahaan *Financial Technology* (*Fintech*) muncul sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan layanan keuangan masyarakat. *Fintech* mengintegrasikan layanan keuangan dan teknologi, menawarkan pilihan yang lebih fleksibel dibandingkan lembaga keuangan konvensional (Haryono, 2019).

Menurut Price Waterhouse Coopers (2016), industri perbankan diperkirakan akan mengalami gangguan akibat *fintech* dalam empat aspek:

pangsa pasar, margin keuntungan, keamanan sistem informasi, dan perpindahan nasabah. Selain itu, diprediksi bahwa pada tahun 2025, pendapatan perbankan akan menurun antara 10 hingga 40 persen akibat kemampuan *fintech* yang lebih baik dalam menjangkau nasabah mikro (Dietz et al., 2016).

Kemajuan teknologi saat ini juga mendorong pengembang aplikasi mobile untuk menciptakan berbagai jenis *fintech*. Salah satu jenis yang berkembang adalah pembiayaan, termasuk *supply chain finance*, *crowdfunding*, dan *peer-to-peer lending*, yang mempermudah akses konsumen terhadap jasa keuangan (Kartika et al., 2019).

Lova (2021) mencatat bahwa *peer-to-peer lending* adalah salah satu jenis *fintech* yang tumbuh pesat di Indonesia. *Platform* ini memfasilitasi pinjam-meminjam uang berbasis teknologi dengan syarat yang sederhana dan proses yang lebih cepat dibandingkan lembaga perbankan.

Di Indonesia, *Peer-to-Peer (P2P) lending* menjadi salah satu *platform fintech* yang paling diminati. Sebanyak 70,56% pengguna *P2P lending* berasal dari kelompok usia produktif, dengan akumulasi pinjaman yang meningkat sebesar 200,01% *year-to-date* (Kartika et al., 2019). Selain itu, jumlah pinjaman yang disalurkan juga meningkat sebesar 67% antara tahun 2021 dan 2023 (OJK, 2024). Data mengenai rekening *P2P lending* di Indonesia menunjukkan tren kenaikan yang konsisten dari tahun 2021 hingga 2023, seperti yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Pengguna Borrower dan Lender Fintech P2P Lending di Indonesia 2021 - 2023

Tahun	Jumlah Penyaluran Pinjaman (miliar Rp)
2021	155.970,74
2022	225.549,47
2023	261.089,65

Sumber Data : Statistik *Fintech Lending* OJK (Otoritas Jasa Keuangan) 2023

Tingginya permintaan pembiayaan di Indonesia memberikan peluang besar bagi P2P *lending* untuk berkembang dibandingkan dengan *platform fintech* lainnya. Rizal *et al.* (2018) mengemukakan bahwa pembiayaan untuk UMKM merupakan segmen pasar terbesar. Salah satu perbedaan utama antara P2P *lending* dan perbankan adalah target pasar yang disasar. P2P *lending* lebih memfokuskan perhatian pada UMKM yang memiliki potensi usaha dan kemampuan untuk membayar, namun belum memiliki akses ke fasilitas pembiayaan dari bank. Dengan demikian, P2P *lending* berperan penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM, khususnya dalam hal pembiayaan, yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Kartika *et al.*, 2019).

Dalam aktivitas P2P *lending*, debitur dibagi menjadi dua kategori, yaitu *Creditworthy* dan *Bankworthy*. *Creditworthy* adalah debitur yang memiliki kemampuan untuk membayar kembali pinjaman, tetapi belum memenuhi syarat yang ditetapkan oleh bank untuk mendapatkan pembiayaan. Di sisi lain, *Bankworthy* adalah debitur yang telah melalui proses analisis kredit dan dinyatakan memenuhi syarat. Dengan demikian, P2P *lending* dapat menjadi alternatif bagi UMKM yang belum memperoleh akses ke fasilitas pembiayaan dari perbankan (Ahmad, 2019). Ini diperkuat oleh penelitian Bavoso (2022)

juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa UMKM cenderung memilih *P2P lending* karena prosesnya yang cepat, fleksibel dan minim persyaratan dibandingkan bank tradisional.

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan per 31 Desember 2023, terdapat 101 unit penyelenggara *P2P lending* dengan penyelenggara konvensional sebanyak 94 (Sembilan Puluh Empat) dengan total aset Rp. 6,905 Triliun, total liabilitas sebanyak Rp. 3,502 Triliun dan total ekuitas Rp. 3,403 Triliun. Untuk penyelenggara Syariah terdapat 7 (Tujuh) penyelenggara *P2P lending* Syariah yang ada di Indonesia dengan total aset Rp. 139 Miliar, kemudian untuk total liabilitas Rp. 73 Miliar dan total ekuitas Rp. 66 Miliar (OJK, 2024).

Fintech peer-to-peer lending syariah mulai muncul di Indonesia pada tahun 2017. Pada tahun tersebut, tiga perusahaan *fintech* yang telah mendapatkan izin dari OJK untuk beroperasi, yaitu PT. Dana Syariah Indonesia, PT. Investree Radhika Jaya, dan PT. Ammana Fintek Syariah. Ketiga perusahaan ini berfokus pada penyediaan dana untuk permodalan usaha (Lova, 2021). Hingga kemudian 2023 ini, hanya terdapat 7 (Tujuh) *P2P lending* Syariah, yaitu PT. Ammana Fintek Syariah (Ammana.id), PT. Alami Fintek Sharia (Alami), PT. Dana Syariah Indonesia (Dana Syariah), PT. Duha Madani Syariah (Duha Syariah), PT. Qazwa Mitra Hasanah (Qazwa.id), PT. Piranti Alphabet Perkasa (Papitupi Syariah) dan PT. Ethis Fintek Indonesia (Ethis).

Layanan ini adalah produk pinjam-meminjam online yang sesuai dengan prinsip syariah, di mana imbal hasil yang diperoleh tetap utuh tanpa pengurangan akibat pembiayaan. Dalam konteks pendanaan *fintech peer-to-*

peer lending syariah, tidak ada penetapan bunga oleh penyelenggara pinjaman, karena semua ketentuan diatur melalui akad yang disepakati sebelumnya (Dewan Syariah Nasional, 2018).

Peer-to-peer lending syariah melarang praktik seperti *maisyr*, *gharar*, *riba*, *dzalim*, dan hal-hal haram lainnya yang bertentangan dengan prinsip syariah. Hal ini tertuang dalam Fatwa No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang "Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Sesuai Prinsip Syariah," yang menunjukkan potensi sebagai sumber pembiayaan yang sangat bermanfaat, terutama untuk modal UMKM (Tim Dinar, 2020).

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu provinsi yang mendapatkan penghargaan oleh KemenKopUKM RI sebagai daerah yang telah melakukan transaksi pembelian produk UMKM dan koperasi terbesar tahun 2023 (Jogjapro, 2024). Hal ini sejalan dengan tabel pertumbuhan dan nilai omset yang lumayan stabil 3 tahun terakhir pada UMKM di Provinsi Yogyakarta yang dapat kita lihat sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Jumlah UMKM, Rekening Peminjam dan Omset per tahun Provinsi Yogyakarta 2021 - 2023

Tahun	Jumlah UMKM pertahun (Unit)	Nilai omset per tahun (Rp Juta)		
		Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
2021	337.060	62,331,364	438,073,084	611,295,552
2022	342.924	593,883,119	1,224,086,239	4,429,894,531
2023	342,586	592,560,869	1,219,086,239	4,429,894,531

Sumber Data : Statistik UMKM Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 2024

Berdasarkan tabel tersebut, terjadi pertumbuhan UMKM di Provinsi Yogyakarta sebesar 5.526 antara 2021 sampai 2023 dengan total nilai omset

mencapai Rp 530.229.505 untuk usaha mikro, Rp 781,013.155 dan untuk usaha Menengah sekitar Rp. 818.598.979. Walaupun adanya penurunan jumlah unit UMKM antara 2022 sampai 2023, akan tetapi terbilang Juli 2024 ini sudah mengalami kenaikan kembali hingga mencapai total 344,757 Unit. Adapun berdasarkan data DiskopUKM DIY (2023) untuk proporsi kredit UMKM terhadap total kredit pada tahun 2023 menunjukkan angka 25,60 % dengan jumlah total pembiayaan yang diperoleh UMKM Rp. 24,16 Miliar. Oleh karena itu, dapat kita lihat di sini bahwa terdapat potensi pertumbuhan UMKM di Yogyakarta.

Dengan banyaknya UMKM di Yogyakarta, banyak pelaku UMKM yang membutuhkan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal mereka, baik dari Bank Umum, Bank Pembangunan Daerah (BPD), dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR), maupun dari *Peer-to-Peer Lending*, baik konvensional maupun syariah. Lova (2021) menyebutkan bahwa P2P lending memiliki keunggulan dalam hal persyaratan yang lebih sederhana dan proses yang lebih cepat dibandingkan dengan lembaga perbankan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pelaku UMKM di Provinsi Yogyakarta.

Njite et al. (2008) mengidentifikasi tiga model perilaku beralih layanan. Pertama, alasan konsumen beralih layanan yang terdiri dari delapan kategori, termasuk harga, ketidaknyamanan, dan kegagalan layanan. Kedua, *service providing switching model* (SPSM), yang mengkaji pengaruh kualitas layanan, kepuasan, dan biaya beralih terhadap niat beralih. Ketiga, *push-pull-mooring model* (PPM), yang fokus pada faktor negatif yang mendorong dan faktor positif yang menarik seseorang untuk beralih, serta faktor penambat yang dapat menghambat peralihan. Model PPM ini menekankan pentingnya variabel tambat

(mooring) dalam proses peralihan penyedia layanan (Bansal et al., 2005). Beberapa penelitian dengan model ini tidak secara spesifik menentukan variabel apa yang digunakan dalam penggunaan variabel karena terdapat banyak variabel yang digunakan untuk model push-pull mooring sehingga dapat lebih fleksibel untuk menetapkan variabel yang digunakan. Selain itu menurut Jung et al., (2017) model PPM ini dapat menjadi model konseptual yang berguna untuk menganalisis minat peralihan baik antara lokasi geografis maupun meluas ke berbagai kehidupan sehari-hari.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini mengadaptasi teori Push-Pull-Mooring (PPM) dari Bansal et al. (2005), dengan beberapa modifikasi untuk menyesuaikan dengan konteks penelitian ini. Variabel yang dipilih mencakup elemen-elemen signifikan berdasarkan penelitian sebelumnya.

Teori PPM mencakup tiga efek: pertama, faktor pendorong (*push factor*), yaitu faktor negatif dari layanan yang digunakan saat ini, yang mendorong pelanggan untuk berpindah. Variabel dalam kategori ini termasuk *low service quality* (Vyas dan Raitani, 2014; J. Jung et al., 2017; Bansal et al., 2005) dan *dissatisfaction* (Bansal et al., 2005; Matondang, 2017; Cheng et al., 2009; J. Jung et al., 2017). Kedua, faktor penarik (*pull factor*), yang mencakup faktor positif dari layanan yang dituju, mendorong pelanggan untuk beralih. Variabel di sini meliputi *relative advantage* (Ye dan Potter, 2014), *percieved ease of use* (Ye dan Potter, 2014; Hsieh et al., 2012), dan *alternatif attractiveness* (J. Y. Lai et al., 2012; Bansal et al., 2005). Ketiga, faktor penambat (*mooring factor*), yang merupakan faktor yang menghambat peralihan pelanggan, mencakup *inertia* (Sun et al., 2017) dan *switching cost* (Sun et al., 2017; Hsieh et al., 2012;

Bansal et al., 2005).

Penelitian sebelumnya mengenai perpindahan nasabah dalam layanan pembiayaan *fintech lending* biasanya tersegmentasi berdasarkan sektor tertentu, seperti antar bank atau jenis *fintech*. Studi-studi yang membahas isu ini mencakup penelitian oleh Keavany (1995), Bansal et al. (2005), dan lainnya.

Di sisi lain, penelitian yang secara khusus membahas fenomena perpindahan nasabah dalam konteks layanan pembiayaan *fintech P2P lending* berbasis syariah, terutama bagi UMKM di Yogyakarta, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena tersebut secara komprehensif, dengan harapan hasilnya dapat memberikan manfaat bagi manajemen di sektor perbankan, *fintech P2P lending* syariah, serta bagi regulator dalam merumuskan strategi yang efektif.

Berdasarkan definisi tersebut, peneliti menggunakan konsep dari teori Bansal et al. (2005) untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan pangsa pasar *P2P lending* Syariah. Konsep ini mengimplementasikan metode PPM untuk menggambarkan interaksi melalui tiga elemen: *Push Factors* (Faktor Pendorong), *Pull Factors* (Faktor Penarik), dan *Mooring Factors* (Faktor Tambatan), serta variabel moderating. Dengan alasan-alasan tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat tema ini sebagai judul skripsi. **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERALIH UMKM KE PEER TO PEER (P2P) LENDING SYARIAH : PUSH-PULL MOORING MODEL.**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan di atas, penelitian ini dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah *push factors* diproksikan dengan *low service quality* berpengaruh positif terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?
- b. Apakah *push factors* diproksikan dengan *dissatisfaction* berpengaruh positif terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?
- c. Apakah *pull factors* diproksikan dengan *relative advantage* berpengaruh positif terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?
- d. Apakah *pull factors* diproksikan dengan *percieved ease of use* berpengaruh positif terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?
- e. Apakah *pull factors* diproksikan dengan *alternative attractiveness* berpengaruh terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?
- f. Apakah *mooring factors* diproksikan dengan *inertia* memperlemah pengaruh *push factors* yang diproksikan dengan *low service quality* terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah* ?
- g. Apakah *mooring factors* diproksikan dengan *inertia* memperlemah pengaruh *push factors* yang diproksikan dengan *dissatisfaction* terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah* ?
- h. Apakah *mooring factors* diproksikan dengan *inertia* memperlemah pengaruh *pull factors* yang diproksikan dengan *relative advantage* terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?

- i. Apakah *mooring factors* diproksikan dengan *inertia* memperlemah pengaruh *pull factors* yang diproksikan dengan *percieved ease of use* terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?
- j. Apakah *mooring factors* diproksikan dengan *inertia* memperlemah pengaruh *pull factors* yang diproksikan *alternative attractiveness* terhadap *switching intention* ke *peer to peer lending syariah*?
- k. Apakah *swtching cost* berpengaruh terhadap *mooring factors* yang diproksikan dengan *inertia*?

C. TUJUAN MASALAH

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *push factors* terhadap *switching intention*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *pull factors* terhadap *switching intention*
3. Untuk menganalisis pengaruh *push factors* terhadap *switching intention* dengan diperlemah oleh *mooring factors*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *pull factors* terhadap *switching intention* dengan memperlemah *mooring factors*.
5. Untuk menganalisis pengaruh biaya beralih terhadap *mooring factors*.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi Peneliti:
 - i. Untuk meningkatkan kemampuan peneliti dalam merespon

permasalahan riil kehidupan sehari-hari, khususnya pada pelaku UMKM di Yogyakarta yang melakukan peralihan ke P2P *Lending* Syariah dengan teori PPM.

- ii. Untuk meningkatkan dan memperluas pengembangan serta pemahaman keilmuan peneliti.

b. Bagi Akademisi:

- i. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk topik peralihan ke P2P *lending* syariah dengan menggunakan teori push-pull mooring (PPM).
- ii. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengetahuan tambahan dan mendorong penelitian lebih lanjut di masa depan.

c. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi bank dan perusahaan P2P *lending* syariah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM di Yogyakarta untuk beralih ke P2P *lending* syariah.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas pembahasan serta penulisan skripsi ini, berikut adalah sistematika yang terdiri dari lima bab:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi kajian teori, penelitian sebelumnya, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan gambaran umum objek penelitian dan hasil analisis data, termasuk uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menyimpulkan pembahasan yang telah dilakukan dan memberikan saran-saran kepada pihak terkait.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 111 responden mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beralih UMKM ke *peer to peer* (P2P) *lending syariah* : *Push-pull mooring model*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Push factors* yang diproksikan oleh *low service quality* dan *dissatisfaction* memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap *switching intention*. Walaupun menunjukkan hubungan positif tidak cukup dianggap signifikan sehingga tidak dapat dibuktikan pada penelitian pengaruhnya sebagai faktor pendorong sebagaimana hipotesis untuk Ho1 dan Ho2 ditolak.
2. *Pull factors* yang diproksikan oleh *relative advantage* dan *percieved ease of use* memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap *switching intention*. Sehingga, walaupun menunjukkan hubungan positif tidak cukup dianggap signifikan yang mana hipotesis untuk Ho3 dan Ho4 ditolak. Adapun untuk *pull factor* yang diproksikan *alternative advantage* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *switching intention* sehingga semakin tinggi daya tarik alternatif yang dirasakan UMKM, semakin memperkuat UMKM untuk minat beralih ke *Peer to Peer* (P2P) *Lending Syariah* yang mana oleh karena itu, Ho5 diterima dan dapat dibuktikan oleh penelitian.

3. *Mooring factors* yang diproksikan *inertia* yang memperlemah variabel *low service quality* dan *alternative attractiveness* terhadap *switching intention* memiliki hubungan berlawanan tetapi signifikan. Nilai koefisien menunjukkan hubungan positif atau memperkuat, ini bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan yakni *inertia* memperlemah hubungan antara *low service qual* dan *alternative attractiveness* terhadap *switching intention* sehingga tidak dapat membuktikan pengaruh tersebut pada penelitian ini sebagaimana hipotesis untuk Ho6 dan Ho10 ditolak.
4. *Mooring factors* yang diproksikan *inertia* yang memperlemah variabel *relative advantage* dan *percieved ease of use* terhadap *switching intention* memiliki hubungan searah tetapi tidak signifikan. Sehingga, dengan nilai koefisien menunjukkan hubungan memperlemah tetapi tidak cukup kuat karena tidak signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak dapat membuktikan apakah *inertia* dapat memperlemah hubungan *relative advantage* maupun *percieved ease of use* terhadap *switching intention* sehingga hipotesis untuk Ho8 dan Ho9 ditolak.
5. *Mooring factors* yang diproksikan *inertia* yang memperlemah variabel *dissatisfaction* terhadap *switching intention* memiliki hubungan searah dan signifikan sehingga semakin tinggi efek *inertia* terhadap *dissatisfaction* yang dirasakan UMKM, semakin memperlemah (mengurunkan) UMKM untuk *switching intention* ke *Peer to Peer* (P2P) *Lending Syariah* yang mana dapat dibuktikan pada penelitian ini

bahwa *inertia* dapat memperlemah hubungan antara *dissatisfaction* terhadap *switching intention* sebagaimana Ho7 diterima.

6. *Switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *inertia* (*Mooring Factors*) sehingga semakin besar *switching cost* yang harus dibayarkan maka semakin besar pula sikap seseorang untuk tetap bertahan pada penyedia layanan pembiayaan berbasis perbankan. Oleh karena itu, biaya beralih menjadi faktor UMKM tetap bertahan menggunakan pembiayaan perbankan.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha keras untuk mencapai hasil yang diharapkan. Namun, penulisan ini masih memiliki kekurangan, dan peneliti menghadapi berbagai kendala dan keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian ini. Berikut adalah ruang lingkup penelitian ini:

1. Perolehan informasi dari kuesioner mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan pemahaman dan interpretasi antara responden, serta potensi ketidakjujuran saat mengisi kuesioner.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini, jika ditinjau dari aspek demografis, menunjukkan hasil yang kurang merata. Hal ini dapat membuat temuan penelitian ini sulit untuk digeneralisasi.
3. Model penelitian yang digunakan sangat sederhana, sehingga ada 27,8% faktor lain yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini.

4. Penelitian ini hanya mencakup tahap switching intention tanpa mengeksplorasi tahapan lebih lanjut.

C. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan hal-hal berikut:

1. Variasi Variabel: Peneliti selanjutnya diharapkan untuk tidak hanya menggunakan variabel yang ada dalam penelitian ini. Memperluas variabel yang diteliti dapat meningkatkan fleksibilitas dan kedalaman penelitian.
2. Jumlah Sampel: Penting bagi peneliti berikutnya untuk memperhatikan jumlah sampel yang digunakan. Meningkatkan jumlah sampel dapat memberikan hasil yang lebih representatif dan akurat. Variasi peran responden juga disarankan untuk memperkaya data.
3. Pemerataan Karakteristik Responden: Peneliti diharapkan lebih memperhatikan pemerataan karakteristik responden, seperti usia dan domisili, untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan relevan.
4. Menganalisis *Switching Behavior*: Penelitian selanjutnya disarankan untuk melanjutkan hingga tahap switching behavior, khususnya pada objek peer to peer lending syariah dan pelaku UMKM di Provinsi Yogyakarta, untuk memahami lebih jauh dinamika perilaku beralih layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. N. I. (2019). Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM Abstrak. Bjb University, 5, 1–14.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. DOI:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Al-Banna, H., Berakon, I. From bank to P2P lending: switching intention of SME's: evidence from Indonesia. *Journal Financial Services Marketing*, 29, 568–581 (2024). <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00225-9>
- Alami. (2024). <https://alamisharia.co.id/> diakses 27 November 2024.
- Ammana. (2024). <https://ammana.id/> dikases 27 November 2024.
- 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.
- Baihaqi, J. (2018). Financial Technology Peer-To-Peer Lending Berbasis Syariah Di Indonesia. *TAWAZUN : Journal of Sharian Economic Law*, 1(2), 116. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v1i2.4979>
- 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>
- Bappeda. (2023). <https://bappeda.jogjaprovo.go.id> diakses 23 Juni 2024.
- Barnes, W., Gartland, M., & Stack, M. (2016), Old Habits Die Hard : Path Dependency and Behavioral Lock-in, *Journal of Economic Issues*, 38(2), 371–377. <https://doi.org/10.1080/00213624.2004.11506696>
- Bavoso, Vincenzo. (2022). Financial Intermediation in the Age of FinTech : P2P Lending and the Reinvention of Banking. *Oxford Journal of Legal Studies*, 42 (1), 48–75. <http://doi.org/10.1093/ojls/gqab022>
- Bellami, A. (2018). Analisis Perilaku Beralih Layanan Pembiayaan Berbasis Financial Technology (Crowdlending) Dengan Pendekatan Push – Pull – Mooring. Universitas Islam Indonesia.
- Berta, W. B., & Baker, r. (2004). Factors that Impact the Transfer and Retention of Best Practices in Health Care Organizations:A Systematic Review. *Health Care Management Review*, 29(3), 237-249.
- 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>
- BPK. (2023). Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor 1 Tahun 2023 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat. BN 2023 (105) : 31 hlm <https://peraturan.bpk.go.id/Details/249011/permenko-perekonomian-no-1-tahun-2023>

- 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>
- 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>
- Chang, I. C., Liu, C. C., & Chen, K. (2014). The Push, Pull and Mooring Effects in Virtual Migration for Social Networking Sites, *Information Systems Journal*, 24(4), 323-346.
- Chen, C.F. and Chen, F.S. (2010) Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31, 29-35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Chen, Y. H. and Keng, C. J. (2019), "Utilizing the Push-Pull-Mooring-Habit framework to explore users' intention to switch from offline to online real-person English learning platform", *Internet Research*, Vol. 29 No. 1, pp. 167-193. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2017-0343>
- Cheng, Z., Yang, Y., & Lim, J. (2009), Cyber Migration: An Empirical Investigation on Factors that Affect Users' Switch Intentions in Social Networking Sites, *The 42nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- 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.
- Colgate, M. & B. Lang. (2001). Switching Barrier in Consumer Market: An Investigation of the Financial Service Industry. *Journal of Consumer Marketing*, 18(4), 332–347
- Cudjoe, A. G., Anim, P. A., & Nyanyofio, J. G. N. T. (2015). Determinant of mobile banking adoption in Ghanaian banking industry: a case of acces bank Ghana limited. *Journal of Computer and Communication*, 3(02), 1.
- Dana Syariah. (2024). <https://danasyariah.id> diakses 27 November 2024.
- Dewan Syariah Nasional. (2018). Fatwa Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia. NO:117/DSN-MUI/II/2018. 6–14. <https://dsnmu.or.id/category/fatwa/>
- Dietz, M. et al. (2016). *Cutting through the noise around financial technology*. McKinsey&Company: FinTechnicolor (The New Picture in Finance).
- Djusmin, V. bin. (2019). Efek Push Pull Moorings dan Psychological Ownership Terhadap Perilaku Beralih Pengguna Antar Mobile Instant Messaging.
- Duha Syariah. (2024). www.duhasyariah.com diakses 27 November 20204/
- E.Sjioen, A., & Makaweru, I. F. (2020). Pengaruh Kemenarikan Alternatif

- dan Biaya Berpindah terhadap Niat Beralih Pengguna Kartu XL Axiata. *Jurnal Among Makarti*, 13(2), 55–67. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/197>
- Ethis. (2024). ethis.co.id diakses 27 November 2024
- Fang, J., Shao, Y., & Wen, C. (2016). Transactional quality, relational quality, and consumer e-loyalty: Evidence from SEM and fsQCA. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1205–1217.
- Fang, J., Wen, C., George, B., & Prybutok, V. R. (2016). Consumer heterogeneity, perceived value, and repurchase decisionmaking in online shopping: The role of gender, age, and shopping motives. *Journal of Electronic Commerce Research*, 17(2), 116.
- Fu, S., H. Li, and Y. Liu. 2021. Why discontinue Facebook usage? An empirical investigation based on a push–pull–mooring framework. *Industrial Management and Data Systems* 121 (11): 2318–2337. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2020-0709>.
- 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>
- Greenhalgh, T., Robert, G. (2004) Diffusion of Innovation in Service Organization. *Milbank Quarterly*, 82(4), 581–629.
- 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., C.M. Ringle, and M. Sarstedt. 2011. PLS-SEM: indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice* 19 (2):139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.
- Hair, J.F., et al. 2019. When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review* 31 (1): 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Hair, J.F., G.T.M. Hult, C.M. Ringle, and M. Sarstedt. 2013b. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, 165. Thousand Oaks: Sage.
- 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>
- Hair, J., T. Hult, C. Ringle, and M. Sarstedt. 2013a. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage.
- Harp, A. P., Resfa Fitri, & Yekti Mahanani. (2021). Peer-to-Peer Lending Syariah dan Dampaknya terhadap Kinerja serta Kesejahteraan Pelaku

- Usaha Mikro dan Kecil (UMK) pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 109–127. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.109-127>
- Hao, J., Zhang, L., Ji, X., Tang, J. (2020). Modeling and Analyzing of Family Intention for the Customized Student Routes: A Case Study in China. *Phys. A Stat. Mech. Its Appl.* 542. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.123399>
- 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.
- Haryanto, J.O. dan Saputra. (2009). Brand Awareness dan Tanggapan Pemirsa terhadap penggunaan Selebritis dalam Iklan. *Jurnal Bunga Rampai Perilaku Konsumen*, 1 (8) : 119-150.
- Haryanto, J.O. (2009). Pengaruh Upaya Ekstra dalam Meningkatkan Intensi Membeli Konsumen. *Jurnal Bunga Rampai Perilaku Konsumen*, 1 (8) : 191-208
- Haryono, 2019. <https://finance.detik.com/fintech/d-4674364/fintech-disebut-jadi-saingan-bank-konvensional-benarkah#> diakses pada tanggal 16 Agustus 2024.
- 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
- Hidayat, Ahmad & Mugiyati, Mugiyati & Novita, Siska & Harris, Jaudat. (2023). Peranan Peer to Peer Lending Syariah terhadap UMKM untuk Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*. 10. 267-282. [10.19105/iqtishadia.v10i2.8806](https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i2.8806).
- 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>
- Imam Ghozali. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta–Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2, 995–1007.
- Ishar & Roslin. (2016). Customer Retaliatory Complaining: An Extension of Customer Complaining Behaviour (CCB). *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.* 24 (3): 953 - 971 (2016)
- Jones, M.A., D.L.Mothersbaugh, dan S.E.Beatty. (2000). Switching barriers and Repurchase Intentions in Services. . Vol 76: 259-274
- 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.
- Julander, C., & Söderlund, M. (2003). Effects of Switching Barriers on Satisfaction, Repurchase Intentions and Attitudinal Loyalty. SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration 2003:1, Stockholm School of Economics.
- 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>
- Kagermann, H., Wahlster, W., & Helbig, J.(2013). Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0. Industrie 4.0 Working Group, Germany.
- Karim, R., Rahman, M., & Hossain, M. (2020). Factors Influencing Customer Inertia and Its Impact on Mobile Banking Adoption: Evidence from Bangladesh. *International Journal of Financial Studies*, 8(3), 51.
- Kartika, R. Darna, Nana dan Setiawan. I. (2019). Analisis Peer To Peer Lending di Indonesia. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 75-86
- 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>
- Kim, B., & Kim, Y. (2017). College students' social media use and communication network heterogeneity: Implications for social capital and subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 73, 620–628. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.033>
- Kim, H.-W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). Value-based adoption of Mobile Internet: An empirical investigation. *Decision Support Systems*, 43(1), 111–126. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2005.05.009>
- 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>
- Kuo, Y., Hu, T., Yang, S. (2013). Effect of Inertia and Satisfaction in Female Online Shoppers on Repeat-Purchase Intention. *Managing Service Quality; An International Journal*. 23(3). DOI: 10.1108/09604521311312219
- 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
- Lee, J., Lee & L. Feick. (2001). The Impact of Switching Costs on the Customer Satisfaction-loyalty Link: Mobile Phone Service in France. *Journal of Services Marketing*, 15(1), 35–48.
- Lee, R., & Neale, L. (2012). Interaction and Consequences of Inertia and Switching Costs. *Journal of Service Marketing*, 26(5), 365–374.
- 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>
- Liang, S., & Wei, Z. (2024). Understanding Users' App-Switching Behavior During the Mobile Search. *Behavioral Sciences*. 14(11). <https://doi.org/10.3390/bs14110989>
- Liao, C., et al. 2017. Factors influencing online shoppers' repurchase intentions: the roles of satisfaction and regret. *Information and Management* 54 (5): 651–668. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.12.005>
- Listyarini, O., Haryanto, J. O., & Siahaan, B. C. (2009). *The Adoption Push-Pull And Mooring Model Research Problems Theoretical Framework , Hypothesis and Research Model Migration*. XV(I), 75–88.
- Lova, E. F. (2021). Financial Technology Peer To Peer Lending Syariah: Sebuah Perbandingan Dan Analisis. *Jebbl*, 1(2), 29–41.
- Lui, S. M. (2005). *Impacts of Information Technology Commoditization: Selected Studies from Ubiquitous Information Services* (p. 139).
- Maier, E. (2016), Supply and Demand on Crowdlending Platforms: Connecting Small and Medium-Sized Enterprise Borrowers and Consumer Investors, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33(C), 143–153. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.08.004>
- Mannan, M., et al. 2017. Customer satisfaction, switching intentions, perceived switching costs, and perceived alternative attractiveness in Bangladesh mobile telecommunications market. *South Asian Journal of Business Studies* 6 (2): 142–160. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-06-2016-0049>
- 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>
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Yuannisa, R. A., Nasution, R., & Marliyah, M. (2023). Analisis Peran Perkembangan Financial Technology Berbasis Syariah : Peer To Peer Lending Dan Crowdfunding Di Indonesia. *Jurnal Sains Dan*

- Teknologi*, 5(2), 664-668. Retrieved from <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/saintek/article/view/2292>
- Njite, D., Kim, W. G., Kim, L. H., & Kim, L. H. (2008), Theorizing Consumer Switching Behavior : A General Systems Theory Approach, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 9(3), 185–218. <https://doi.org/10.1080/15280080802412701>
- OJK. (2023). <https://ojk.go.id/> diakses tanggal 18 Agustus 2024
- Palaci, F., Salcedo, A., & Topa, G. (2019). Cognitive and Affective Antecedents of Consumers' Satisfaction. *Sustainability*, 11(2). 431.
- Papitupi Syariah. (2024). www.papitupisyariah.com diakses 27 November 2024.
- Polites, G. L., & Karahanna, E. (2012). Shackled to the Status Quo: The Inhibiting Effects of Incumbent System Habit, Switching Costs, and Inertia on New System Acceptance. *MIS Quarterly*, 36(1), 21–42. <https://doi.org/10.2307/41410404>
- PricewaterhouseCoopers. (2016). Customers in the spotlight: How FinTech is reshaping banking (Global FinTech Survey 2016). PwC. Diakses dari <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/publications/fintech-is-reshaping-banking.html>.
- Qazwa. (2024). qazwa.id diakses 27 Agustus 2024.
- Qudsiyah, Yusfina and , Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D. (2024) Pengaruh Environmental Awareness, Pricing, dan Relative Advantage terhadap Consumer Switching Intention pada Mobil Listrik (pada Pemilik Mobil Berbahan Bakar Fosil di Surakarta). Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/123229>
- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). Fintech As One Of The Financing Solutions For SMEs. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 89–100.
- 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>
- Samuelson, W., Zeckhauser, R. Status quo bias in decision making. *J Risk Uncertainty* 1, 7–59 (1988). <https://doi.org/10.1007/BF00055564>
- Sarstedt, M., Ringle, C.M., Hair, J.F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In: Homburg, C., Klarmann, M., Vomberg, A. (eds) *Handbook of Market Research*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat. https://www.academia.edu/36308941/Metodologi_Penelitian_Bisnis_Final_1_pdf
- Sharma, N. and Patterson, P.G. (2000), "Switching costs, alternative attractiveness and experience as moderators of relationship commitment in professional, consumer services", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 11 No. 5, pp. 470-490. <https://doi.org/10.1108/09564230010360182>

- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak (ed.); I). Penerbit Andi (Anggota IKAPI). <https://books.google.co.id/books?id=NbMWEAAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2020). Understanding the Intention to Use Mobile Banking by Existing Customers: An Inertia-Perceived Ease of Use Model. *Journal of Financial Service Marketing*, 25(1), 34–44.
- Sudarsono, H., Tumewang, Y. K., & Kholid, M. N. (2021). Customer adoption of Islamic banking services: empirical evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1193–1204. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1193>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sulistiyani. 2006. Analisis Perilaku Brand Switching Produk Air Minum Mineral di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. STIE YKPN.
- 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>
- ThinkMind. (2016). Why are Users Switching Among Different Types of Social Media? Proceedings of the Eleventh International Multi-Conference on Computing in the Global Information Technology (ICCGI). <https://www.thinkmind.org>, diakses pada tanggal 27 November 2024.
- Tim dinar. 2020. *fintech syariah: teori dan terapan*. surabaya: scopindo media pustaka. https://books.google.co.id/books/about/Fintech_Syariah_Teori_dan_Terapan.html?id=BisTEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Tjandrawinata, R. R. (2016). Industri 4.0 : Revolusi Industri Abad Ini dan Pengaruhnya pada Bidang Kesehatan dan Bioteknologi. *Medicinus, Dexa Laboratories of Biomolecular Sciences (DLBS)*, 29(1), 3139.
- Tojib, D., & Tsarenko, Y. (2012). Post-adoption modeling of advanced mobile service use. *Journal of Business Research*, 65(7), 922–928.
- 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.

- Um, S., Chon, K. and Ro, Y. (2006) Antecedents of Revisit Intention. *Annals of Tourism Research*, 33, 1141-1158. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.003>
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis* (Edisi 2). Rajawali pers.
- Venkatesh, V., & Davis, F.D. (2000). AtHEORETICAL Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. 46(2), 186–204. DOI: 10.1287/mnsc.446.2.186.11926.
- Vyas, V., & Raitani, S. (2014), Drivers of Customers' Switching Behaviour in Indian Banking Industry, *International Journal of Bank Marketing*, 32(4), 321–342. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2013-0033>
- Walter, A., Mueller, T.A., & Helfert, G. (2000). The Impact of Satisfaction , Trust , and Relationship Value on Commitment : Theoretical Considerations and Empirical Results.
- Wang, S., Wang, J., Yang, F. (2020). From Willingness to Action: Do Push-Pull Mooring Factors Matter for Shifting to Green Transportation?. *Transportation Research Part D*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102242>
- Wang, Y., Douglas, M., Hazen, B. (2021). Diffusion of Public Bicycle Systems: Investigating Influences of Users' Perceived Risk and Switching Intention. *Transportation Research Part A Policy Pract.* 143, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.11.002>
- World Bank, 2019. <https://www.worldbank.org/en/topic/Fintech> , diakses pada tanggal 16 Agustus 2024.
- Wu, L. (2011), "Satisfaction, inertia, and customer loyalty in the varying levels of the zone of tolerance and alternative attractiveness", *Journal of Services Marketing*, Vol. 25 No. 5, pp. 310-322. <https://doi.org/10.1108/08876041111149676>
- 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>
- Ye, C., Potter, R., & Potter, R. (2011), The Role Of Habit in Post-Adoption Switching of Personal Information Technologies: An Empirical Investigation, *Communications of the Association for Information Systems*, 28(1), 585-610.
- Ye, C., & Potter, R. (2014), The Role of Habit in Post-Adoption Switching of Personal Information Technologies : An Empirical Investigation, *Communications of the Association for Information Systems*, 28(35), 585–610.
- 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>
- Zhang, H., et al. 2014. Understanding the antecedents of customer loyalty in the Chinese mobile service industry: a push-Pull-Mooring framework.

- International Journal of Mobile Communications* 12 (6): 551–577.
[https:// doi. org/ 10. 1504/ IJMC. 2014. 064901](https://doi.org/10.1504/IJMC.2014.064901).
- Zhang, H., Zhao, H., Liu, Q., Xu, T., Chen, E., & Huang, X. (2017), Finding Potential Lenders in P2P Lending: A Hybrid Random Walk Approach, *Information Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2017.12.017>
- Zhang, K. Z. K., Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Chen, H. (2008), Understanding The Blog Service Switching in Hong Kong: An Empirical Investigation, In *In the 41st annual Hawaii international conference proceeding, system science* (p. 269).

