

**TRANSFORMASI PEMBAYARAN: PENERAPAN *M-PAYMENT* DENGAN
PENDEKATAN *PUSH PULL MOORING* (PPM)**



SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA

STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM

OLEH:

IRMA YUNITA ANGGRAENI

NIM: 21108020073

DOSEN PEMBIMBING:

DEFI INSANI SAIBIL, S.E.I., M.E.K

NIP. 198812042019031014

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

**TRANSFORMASI PEMBAYARAN: PENERAPAN *M-PAYMENT* DENGAN
PENDEKATAN *PUSH PULL MOORING* (PPM)**



SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA

STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM

OLEH:

IRMA YUNITA ANGGRAENI

NIM: 21108020073

DOSEN PEMBIMBING:

DEFI INSANI SAIBIL, S.E.I., M.E.K

NIP. 198812042019031014

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

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-868/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : TRANSFORMASI PEMBAYARAN : PENERAPAN M-PAYMENT DENGAN PENDEKATAN PUSH PULL MOORING (PPM)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IRMA YUNITA ANGGRAENI
Nomor Induk Mahasiswa : 21108020073
Telah diujikan pada : Selasa, 20 Mei 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 6833fa4833577



Penguji I

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

Valid ID: 684948213e159



Penguji II

Rifaatul Indana, S.E.I., M.E., CMA
SIGNED

Valid ID: 684ac90f729f4



Yogyakarta, 20 Mei 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 684b9950ef82a

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

Hal : Skripsi oleh Irma Yunita Anggraeni

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di-Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan pengoreksian, pemeriksaan, memberikan arahan, serta melakukan perbaikan yang diperlukan, dengan demikian, saya sebagai Pembimbing menyatakan bahwa skripsi yang diajukan oleh mahasiswa berikut ini:

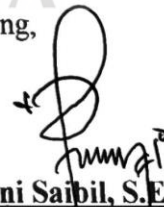
Nama : Irma Yunita Anggraeni
NIM : 21108020073
Judul Skripsi : Transformasi Pembayaran : Strategi Penerapan *M-Payment* dengan Pendekatan PPM

Skripsi ini telah layak untuk diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam.

Dengan ini, kami berharap skripsi ini dapat segera diujikan. Terima kasih atas perhatian dan pertimbangannya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 8 Mei 2025
Pembimbing,



Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K
NIP. 19881204 201903 1 014

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Yunita Anggraeni
NIM : 21108020073
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “**Transformasi Pembayaran : Strategi Penerapan *M-Payment* dengan Pendekatan PPM**” adalah benar-benar hasil karya asli saya sendiri dan bukan merupakan plagiarisme pencurian hasil karya milik orang lain hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis skripsi saya secara orisinal dan otentik.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 8 Mei 2025

Demikian



Irma Yunita Anggraeni
21108020073

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

PERSETUJUAN PUBLIKASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Irma Yunita Anggraeni
NIM : 21108020073
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Karya : Skripsi

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

**“TRANSFORMASI PEMBAYARAN: STRATEGI PENERAPAN M-
PAYMENT DENGAN PENDEKATAN PPM”**

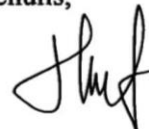
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-
Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhal menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 8 Mei 2025

Penulis,



Irma Yunita Anggraeni
21108020073

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut
kesanggupannya”

-Q.S Al-Baqarah: 286

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah
kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha”

-B.J Habibie



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, saya panjatkan puji syukur atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penghargaan yang setinggi-tingginya saya sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, pahlawan sepanjang hayat saya serta seluruh anggota keluarga atas doa yang tak henti, nasihat yang menyejukkan, semangat yang menguatkan, dan dukungan yang diberikan baik secara moral maupun materiil. Tanpa mereka, langkah ini tak akan sejauh ini.

Ucapan terima kasih juga saya tujukan kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah berbagi ilmu, pengalaman, serta wawasan yang begitu berharga. Secara khusus, saya haturkan terima kasih kepada Bapak Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan saya selama proses penyusunan tugas akhir ini. Semoga segala ilmu dan pengabdianya menjadi amal jariyah yang terus mengalir.

Saya juga ingin menyampaikan terima kasih kepada rekan-rekan dan sahabat-sahabat terbaik yang senantiasa hadir, memberikan semangat, menemani di kala sulit, serta menjadi tempat berbagi suka dan duka sepanjang proses ini.

Akhir kata, rasa bangga dan terima kasih saya tujukan kepada almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas seluruh pengalaman, pelajaran hidup, dan kenangan yang membentuk saya hingga titik ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini, transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan Transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	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	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

C. Ta'Marbutah

1. Ta'marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāh al-fīṭr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fatḥah	Ditulis	<i>a</i>
ِ	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
ُ	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>
فعل	Fatḥah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>ḡukira</i>
يذهب	Ḍammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. <i>Fatḥah + alif</i>	Ditulis	<i>ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. <i>Fatḥah + yā' mati</i>	Ditulis	<i>ā</i>
تنسي	Ditulis	<i>tansā</i>
3. <i>Kasrah + yā' mati</i>	Ditulis	<i>ī</i>
كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4. <i>Ḍammah + wāwu mati</i>	Ditulis	<i>ū</i>
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. <i>Fatḥah + yā' mati</i>	Ditulis	<i>ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. <i>Fatḥah + wāwu mati</i>	Ditulis	<i>au</i>
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

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

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyah maka ditulis dengan menggunakan huruf “a”

اقرآن	Ditulis	<i>al-Qurān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

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

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوالفرض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهلالسنة	Ditulis	<i>ahl -as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirrabbi a'lam, puji syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dengan limpahan nikmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dengan judul “Transformasi Pembayaran: Strategi Penerapan *M-Payment* dengan Pendekatan PPM” dapat tersusun sesuai harapan. Tugas Akhir Skripsi dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan berbagai pihak. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak 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 sekaligus Dosen Penasihat Akademik yang telah mengarahkan dan membimbing.
4. Bapak Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memotivasi, dan memberi arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Terkhusus program studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu dan telah mengajarkan kami serta memberikan pengetahuan dan wawasan yang luas.
6. Seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan selama menempuh pendidikan.
7. Teruntuk orangtua tercinta, Bapak Ismail Sidik dan Ibu Rusmeli. Terima kasih atas kepercayaan yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan dijenjang ini. Serta terima kasih atas segala bimbingan, doa, dukungan, pengorbanan dan kasih sayang yang di berikan kepada penulis.
8. Teruntuk keluarga besar. Terima kasih telah memberikan dukungan, motivasi dan doa kepada penulis.
9. Teruntuk teman baik saya, Annida dan Bintang terima kasih atas waktu, motivasi dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik dan selalu bersedia untuk direpotkan.
10. Seluruh Crew Azzalea Catering, teman kerja penulis. Terima kasih sudah memberikan banyak pelajaran, dukungan serta motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

11. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga khususnya teman-teman program studi Perbankan Syariah Angkatan 2021 yang selalu mendukung dan berjuang bersama.
12. Teman-teman KKN 114 Cabean Magelang yang telah memberikan banyak pengetahuan baru dan kenangan kepada penulis.
13. Bripda Gilang Gayuh Wahyu Aji, terima kasih sudah menjadi motivasi penulis untuk tidak selalu berada di zona nyaman. Terima kasih untuk dukungan serta waktu yang diluangkan untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
14. Timnas sepakbola Indonesia, terima kasih sudah menaikkan mood penulis dalam menulis skripsi ini.
15. Seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
16. Untuk Irma Yunita Anggraeni terima kasih sudah berjuang hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih untuk usaha dan perjuangan.

Semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikan mereka dengan nikmat yang lebih berkah dan sempurna. Akhir kata penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu kritik dan saran serta perkembangan dari penelitian ini sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Semoga bermanfaat, Aamiin.

Yogyakarta, 8 Mei 2025



Irma Yunita Anggraeni
21108020073

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK.....	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Landasan Teori	16
1. Perbankan Syariah	16
2. Perilaku Konsumen.....	18
3. Push Pull Mooring (PPM).....	20
4. Switching Cost	34
5. Switching Intention.....	36
6. Mobile Payment.....	38
B. Penelitian Terdahulu	42
C. Kerangka Teoritik	54
D. Pengembangan Hipotesis.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
A. Jenis Penelitian.....	62
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	62
C. Populasi dan Sampel.....	65
1. Populasi.....	65
2. Sampel.....	65
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	67
1. Sumber Data.....	67
2. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Teknik Analisis Data.....	69
1. Uji Outer Model	69
2. Uji Inner Model.....	71

3. Uji Hipotesis.....	73
BAB IV PEMBAHASAN.....	74
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
B. Deskripsi Profil Responden	75
C. Analisis Deskriptif.....	83
D. Hasil Penelitian.....	85
1. Uji Outer Model	85
2. Uji Inner Model	90
3. Uji Hipotesis.....	94
E. Pembahasan.....	99
1. <i>Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta	99
2. <i>Alternative Attractive</i> berpengaruh positif terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta	101
3. <i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta	104
4. <i>Subjective Norm</i> berpengaruh positif terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta	106
5. Peran <i>Switching Cost</i> dalam Memperlemah Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta.....	108
6. Peran <i>Switching Cost</i> dalam Memperlemah Hubungan <i>Alternative Attractive</i> terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta.....	110
7. Peran <i>Switching Cost</i> dalam Memperlemah Hubungan <i>Trust</i> terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta	112
8. Peran <i>Switching Cost</i> dalam Memperlemah Hubungan <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Switching Intention</i> pada penggunaan <i>m-payment</i> Gen Z di Provinsi Yogyakarta.....	113
F. Analisis Pertanyaan Terbuka.....	116
BAB V PENUTUP.....	118
A. Kesimpulan	118
B. Keterbatasan Penelitian	119
C. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	xxii

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	63
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	69
Tabel 4. 1 Jumlah Responden	75
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin	76
Tabel 4. 3 Usia	76
Tabel 4. 4 Pekerjaan	77
Tabel 4. 5 Pendidikan	78
Tabel 4. 6 Penghasilan Perbulan	78
Tabel 4. 7 Domisili	79
Tabel 4. 8 Lama Penggunaan M-Payment	80
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif	83
Tabel 4. 10 Validitas Konvergen	86
Tabel 4. 11 Cross Loading	87
Tabel 4. 12 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	88
Tabel 4. 13 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	89
Tabel 4. 14 Hasil Path Coefficient	90
Tabel 4. 15 Model Fit	91
Tabel 4. 16 R-Square	92
Tabel 4. 17 <i>Q-Square</i>	92
Tabel 4. 18 Nilai F-Square	93
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis	94
Tabel 4. 20 Akumulasi Jawaban Responden	100
Tabel 4. 21 Akumulasi Jawaban Responden	102
Tabel 4. 22 Akumulasi Jawaban Responden	105
Tabel 4. 23 Akumulasi Jawaban Responden	106
Tabel 4. 24 Akumulasi Jawaban Responden	109

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Digital Payment di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Peredaran Uang Palsu di Indonesia Mei 2023 – Mei 2024	4
Gambar 1. 3 Jumlah Merchant QRIS Terbanyak di Indonesia.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Migrasi PPM	21
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	54
Gambar 4. 1 Jenis m-payment yang digunakan.....	81
Gambar 4. 2 Jenis transaksi yang menggunakan m-payment	82
<i>Gambar 4. 3 Hasil Outer Model.....</i>	<i>85</i>
Gambar 4. 4 Hasil Inner Model.....	90
Gambar 4. 5 Alasan Pengguna Tertarik Menggunakan <i>M-Payment</i>	116



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian</i>	xxii
<i>Lampiran 2 Data Responden</i>	xxviii
<i>Lampiran 3 Data Kuesioner</i>	xxx
<i>Lampiran 4 Hasil PLS Algorithm (Outer Model)</i>	xlvi
<i>Lampiran 5 Hasil Boostropping (Inner Model)</i>	xlvi
<i>Lampiran 6 Outer Loading</i>	xlvii
<i>Lampiran 7 Cross Loading</i>	xlvii
<i>Lampiran 8 Hasil Composite Reliability dan AVE</i>	xlviii
<i>Lampiran 9 Nilai Path Coefficient</i>	xlviii
<i>Lampiran 10 Hasil Model Fit</i>	xlviii
<i>Lampiran 11 Hasil R-Square</i>	xlix
<i>Lampiran 12 Hasil Q-Square</i>	xlix
<i>Lampiran 13 Hasil F-Square</i>	xlix
<i>Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis</i>	l
<i>Lampiran 15 Curriculum Vitae (CV)</i>	li

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi *switching intention* Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam penggunaan *m-payment* dengan pendekatan PPM. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *google form* dengan total 221 responden Generasi Z, berdomisili di DIY, menggunakan sistem pembayaran *cash* dan *m-payment* serta nasabah bank syariah. Analisis data dilakukan menggunakan metode SEM-PLS dengan aplikasi SmartPls 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *alternative attractive* dan *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*, sedangkan *trust* tidak berpengaruh signifikan. *Switching cost* juga tidak berhasil memoderasi keempat hubungan tersebut. Penyedia *m-payment* dan bank syariah perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan daya tarik fitur digital untuk mendorong penggunaan *m-payment* di kalangan Gen Z.

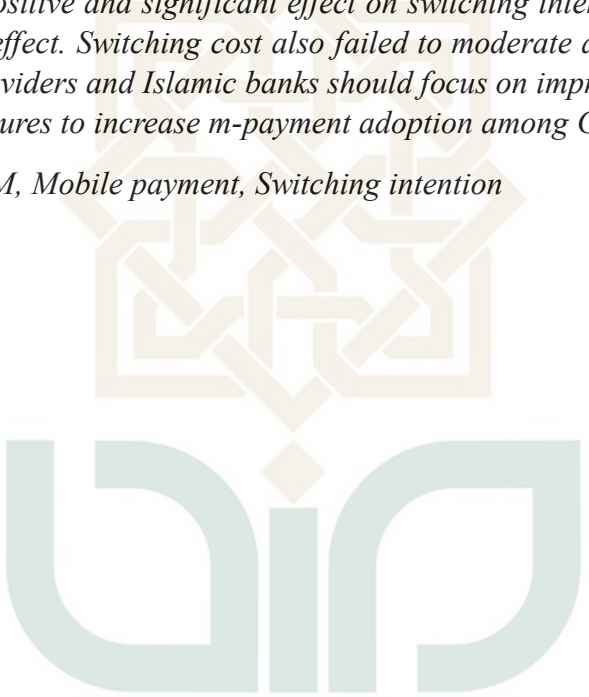
Kata kunci: *PPM, Mobile payment, Switching intention*



ABSTRACT

This study aims to examine the factors influencing switching intention among Generation Z in the Special Region of Yogyakarta (DIY) in using m-payment, using the PPM approach. Data were collected through an online questionnaire distributed via Google Forms, with a total of 221 Generation Z respondents residing in DIY, using both cash and m-payment systems, and being customers of Islamic banks. Data were analyzed using SEM-PLS with the SmartPLS 4.0 software. The results show that service quality, alternative attractiveness, and subjective norm have a positive and significant effect on switching intention, while trust has no significant effect. Switching cost also failed to moderate all four relationships. M-payment providers and Islamic banks should focus on improving service quality and digital features to increase m-payment adoption among Generation Z.

Keywords: PPM, Mobile payment, Switching intention



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

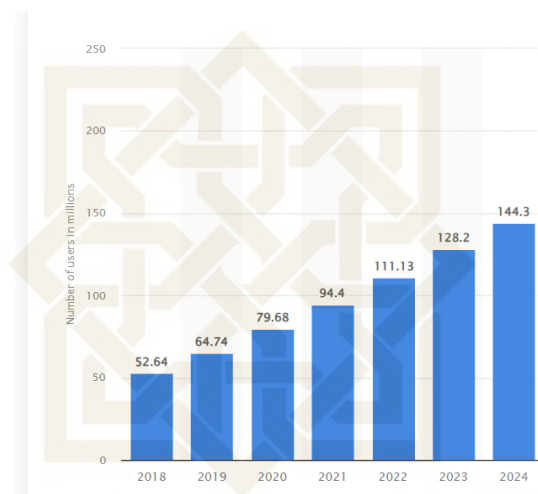
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini berkembang sangat pesat, terutama didorong oleh kebutuhan akan layanan yang cepat dan akurat (Premana et al., 2020). Teknologi telah dimanfaatkan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi yang kini semakin terdigitalisasi (Effendi et al., 2022). Salah satu bentuk nyata dari transformasi ekonomi berbasis teknologi adalah munculnya layanan keuangan digital atau *financial technology*. *Fintech* memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih cepat, efisien dan mudah diakses (Baroto, 2024). Salah satu sektor *fintech* yang mengalami pertumbuhan pesat adalah layanan sistem pembayaran digital, yang kini banyak digunakan melalui berbagai *platform* seperti aplikasi *mobile banking* dan dompet digital (Safitri et al., 2024).

Tingginya penggunaan perangkat digital di Indonesia menjadi faktor pendukung utama dalam penggunaan layanan ini. Berdasarkan laporan Digital 2024, jumlah koneksi seluler aktif di Indonesia mencapai 353,3 juta atau 126,8% dari total populasi, dengan jumlah pengguna internet mencapai 185,3 juta orang (66,5% dari populasi), serta 139 juta pengguna media sosial (Data Reportal, 2024). Angka-angka ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah sangat terhubung secara digital, sehingga memudahkan penggunaan berbagai layanan pembayaran non-tunai. Perkembangan

layanan ini telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dari transaksi berbasis uang tunai menuju transaksi non-tunai. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi sistem keuangan, tetapi juga mempercepat terwujudnya inklusi keuangan digital.



Gambar 1. 1 Pengguna Digital Payment di Indonesia

Sumber: Statista.com, 2024

Berdasarkan gambar 1.1, jumlah pengguna *digital payment* terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan pengguna *digital payment* di Indonesia mencerminkan pergeseran signifikan dari transaksi tunai ke digital. Pada tahun 2023, jumlah pengguna *digital payment* di Indonesia tercatat sebanyak 128,2 juta jiwa, dan pada tahun 2024 angka tersebut meningkat menjadi 144,3 juta jiwa. Ini menunjukkan adanya kenaikan sebesar 16,1 juta pengguna atau persentase mencapai 12,55% dalam satu tahun.

Salah satu bentuk sistem pembayaran digital yang paling banyak digunakan adalah *mobile payment (m-payment)*, yaitu pembayaran berbasis perangkat *smartphone*. *M-payment* ini dipandang sebagai cara baru dalam bertransaksi yang mengintegrasikan layanan keuangan dengan perangkat digital, menggantikan sistem konvensional yang bergantung pada interaksi fisik (Widyawati, 2020). Sistem pembayaran tunai yang selama ini umum digunakan, kini dianggap kurang praktis dan memiliki risiko yang lebih tinggi dibandingkan metode non-tunai. Sebaliknya, *m-payment* memberikan sejumlah manfaat, seperti efisiensi waktu, kenyamanan penggunaan, serta peningkatan keamanan transaksi (Tang et al., 2022).

Penggunaan *m-payment* ini didukung pula oleh peraturan Bank Indonesia yang mendorong pembayaran non-tunai sebagai bagian dari visi untuk mewujudkan sistem pembayaran yang efisien, aman, dan inklusif. Sistem pembayaran *mobile* atau *m-payment* mulai berkembang di Indonesia sejak adanya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), program ini dicanangkan oleh Bank Indonesia (BI) sejak Kamis, 14 Agustus 2014 (Imron, 2021). Program ini merupakan inisiatif dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter di Indonesia untuk menggalakkan penggunaan instrumen pembayaran non-tunai.

Menurut data dari (Bank Indonesia, 2024), pembayaran *mobile* atau *m-payment* mencapai US\$ 266 miliar pada 2022, naik 13% dari tahun lalu dalam nilai transaksi bruto (*gross transaction value*). Bahkan, pembayaran non tunai pada tahun 2025 diprediksi tumbuh menjadi 17% menjadi US\$

421 miliar¹. Dengan meningkatnya transaksi *m-payment*, APJII 2024 melaporkan bahwa orang yang berselancar di dunia maya mayoritas adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%. Riset yang dilakukan oleh Visa Indonesia juga menunjukkan *e-wallet* yang merupakan bagian dari *m-payment* menjadi metode pembayaran digital yang paling banyak digunakan oleh generasi Z dengan presentase 89%². Walaupun individu dari berbagai generasi telah banyak memanfaatkan *FinTech*, terutama dalam layanan pembayaran, generasi yang memainkan peran signifikan saat ini dan di masa depan adalah Generasi Z (Aseng et al., 2020).



Gambar 1. 2 Peredaran Uang Palsu di Indonesia Mei 2023 – Mei 2024

Sumber: Databoks, 2024

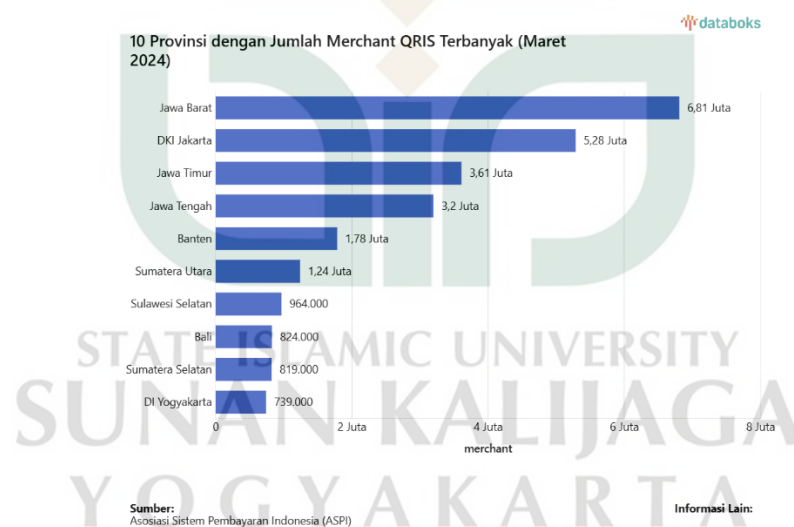
Seiring dengan pesatnya pertumbuhan transaksi *mobile payment* di Indonesia, fenomena peredaran uang palsu juga semakin mencuat. Gambar 1.2, menunjukkan adanya peningkatan dalam penggunaan uang palsu di tahun 2023. Walaupun di tahun 2024 menunjukkan adanya penurunan yang

¹ <https://www.bi.go.id>. Diakses 1 November 2024

² <https://ekonomi.republika.co.id/>. Diakses 1 November 2024

signifikan, tetapi baru-baru ini ditemukan kasus pembuatan dan pengedaran uang palsu di salah satu Universitas Islam di Indonesia³. Dalam hal ini semakin menyoroti bahwa masalah pemalsuan uang masih menjadi tantangan besar. Sehingga memperkuat urgensi peralihan ke sistem pembayaran *mobile* yang lebih aman dan minim risiko pemalsuan (Manik, 2019).

Berdasarkan data statistik Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) tahun 2024 yang dipublikasikan oleh Databoks, dapat dilihat bahwa terdapat 10 provinsi dengan jumlah merchant QRIS terbanyak, ditunjukkan pada Gambar 1.3.



Gambar 1. 3 Jumlah Merchant QRIS Terbanyak di Indonesia

Sumber: Databoks, 2024

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sendiri merupakan sistem pembayaran digital berbasis QR *code* yang dapat

³ <https://www.kompas.com/>. Diakses pada 8 Januari 2025

digunakan secara universal oleh berbagai aplikasi *mobile*, seperti OVO, GoPay, ShopeePay, DANA, hingga *mobile banking* seperti BSI Mobile dan *m-banking* syariah lainnya (Rafferty & Fajar, 2022). Dengan kata lain, QRIS merupakan bagian dari *mobile payment (m-payment)*, karena transaksi melalui QRIS dilakukan menggunakan perangkat *mobile*. Gambar 1.3 menunjukkan per Maret 2024, jumlah *merchant* QRIS di DI Yogyakarta tercatat sebesar 739.000, menempatkannya di urutan ke-10 secara nasional. Padahal, secara demografis, DIY dikenal sebagai kota pelajar dengan dominasi penduduk usia muda (Gen Z) yang familiar dengan teknologi dan cenderung adaptif terhadap perkembangan digital (Novianta et al., 2024).

Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa meskipun infrastruktur *m-payment* seperti QRIS telah tersebar luas, tingkat penggunaan *m-payment* di kalangan Gen Z di DIY belum setinggi yang diharapkan. Sebagian dari mereka masih cenderung menggunakan pembayaran tunai dalam aktivitas sehari-hari, baik karena alasan kebiasaan, rasa tidak aman, kurangnya pemahaman fitur, atau belum merasa perlu beralih. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan layanan *m-payment* dan adopsinya oleh konsumen, khususnya pada segmen masyarakat yang seharusnya paling potensial dalam penggunaan teknologi digital. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mendasar: *apa saja faktor yang mendorong, menarik, maupun menghambat Gen Z untuk beralih dari cash ke m-payment?* Untuk menjawab hal tersebut, pendekatan *Push-Pull-Mooring (PPM)* digunakan karena mampu

menjelaskan secara komprehensif motif seseorang dalam melakukan perpindahan perilaku.

Pendekatan *Push Pull Mooring* (PPM) memungkinkan penelitian untuk mengidentifikasi faktor pendorong, penarik dan penghambat yang mempengaruhi niat beralih dari pembayaran *cash* ke *m-payment* pada Gen Z di Provinsi Yogyakarta. Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beralih atau peralihan layanan diklasifikasikan menjadi tiga faktor yaitu faktor *push*, *pull* dan *mooring* (Bansal et al., 2005). Peralihan ini dapat dikonseptualisasikan sebagai perilaku yang mengarahkan pengguna untuk bermigrasi dari layanan lama ke layanan alternatif (Wang et al., 2019).

Pada penelitian ini, *switching cost* berperan sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. *Switching cost* merujuk pada biaya yang harus dikeluarkan konsumen jika ingin berpindah ke layanan yang lain (Ismadi, 2022). Biaya ini mencakup aspek keuangan, waktu, dan upaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk beralih dari metode lama ke metode baru (Burnham et al., 2003). Meskipun sering kali menjadi hambatan dalam proses peralihan, dalam penelitian ini *switching cost* dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antar variabel.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chang et al. (2013), *switching cost* ditempatkan sebagai moderator dalam hubungan antara *push factors* dan *switching intention*. Penelitian didukung oleh temuan Chen dan Keng

(2019), yang menyatakan bahwa *switching cost* dapat memoderasi hubungan antara kualitas layanan (*service quality*) dan *switching intention*. Selain itu, Matondang et al. (2019) juga menyebutkan bahwa *switching cost*, sebagai bagian dari *mooring factors* mampu memoderasi hubungan antara *alternative attractive* dan *switching intention*.

Seperti yang telah disebutkan oleh Bansal, teori ini terdiri dari *push factors*. *Push factors* merupakan faktor yang mendorong seseorang untuk meninggalkan tempat asal mereka (Yusfiarto et al., 2023). Dalam konteks penelitian ini, *push factors* mendorong seseorang untuk meninggalkan metode pembayaran tunai dan beralih ke *m-payment*. *Service quality* merupakan tingkat kemampuan penyedia dalam memenuhi harapan konsumen, mencakup aspek kemudahan akses, keandalan, dan kesederhanaan layanan yang diterima (Xu et al., 2021). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *service quality* sebagai *push factors* secara signifikan berpengaruh terhadap *switching intention* (Sekar et al., 2023).

Selain *push factors* terdapat pula *pull factors* yang menarik calon migran ke tujuan tertentu (Hsieh et al., 2012). Pada konteks ini, *alternative attractive* menarik seseorang untuk beralih ke pembayaran yang lebih modern yaitu *m-payment*. Terdapat fitur-fitur seperti kemudahan penggunaan dan kecepatan menyelesaikan transaksi yang membuat *m-payment* lebih menarik dibandingkan uang tunai (Loh et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Yunita & Munandar (2023) sama-sama

menunjukkan variabel *alternative attractive* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beralih.

Sedangkan, *mooring factors* mengacu pada faktor-faktor tambahan yang memfasilitasi atau menghambat keputusan migrasi menurut konteks pribadi atau sosial (Moon, 1995). Dalam konteks ini, *mooring factors* merupakan faktor yang menghambat seseorang untuk beralih dari *cash* ke *m-payment*. Faktor ini mencakup *trust*, diartikan sebagai keyakinan konsumen terhadap mutu dan keandalan produk atau layanan sehingga menjadi elemen penting dalam membangun loyalitas terhadap penggunaan produk atau layanan tersebut (Garbarino & Johnson, 1999). Terdapat pula *subjective norms* yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks ini, konsep *mooring factors* diterapkan untuk memahami sejauh mana faktor-faktor tersebut berperan dalam menghambat keputusan beralih dari pembayaran tunai ke *m-payment* oleh Gen Z di Provinsi Yogyakarta.

Sejumlah penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada faktor-faktor teknis atau demografis dalam penggunaan *m-payment*. Salah satunya adalah penelitian oleh Yunita & Munandar (2023) yang meneliti penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z di wilayah DKI Jakarta yang merupakan daerah dengan tingkat penggunaan *m-payment* tertinggi di Indonesia. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi niat peralihan dari pembayaran tunai ke *m-payment* pada Generasi Z di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), yang justru

memiliki tingkat penggunaan *m-payment* relatif rendah, sebagaimana ditunjukkan oleh jumlah *merchant* QRIS yang menjadi yang terendah di Pulau Jawa. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kebaruan dengan mengkaji faktor-faktor pendorong, penarik, dan penghambat yang memengaruhi niat Generasi Z di DIY untuk beralih dari transaksi tunai ke *m-payment*.

Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Transformasi Pembayaran: Penerapan *M-Payment* dengan Pendekatan PPM”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh *Alternative Attractive* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?

5. Apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Service Quality* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?
6. Apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Alternative Attractive* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?
7. Apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Trust* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?
8. Apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Subjective Norm* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Alternative Attractive* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.

5. Untuk menguji dan menganalisis apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Service Quality* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.
6. Untuk menguji dan menganalisis apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Trust Alternative Attractive* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.
7. Untuk menguji dan menganalisis apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Trust* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.
8. Untuk menguji dan menganalisis apakah *Switching Cost* dapat memoderasi *Subjective Norm* terhadap *Switching Intention* pada penggunaan *m-payment* Gen Z di Provinsi Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti di masa yang akan datang, memberikan manfaat yang berarti serta berkontribusi secara signifikan dalam memperdalam pemahaman mengenai niat beralih dari pembayaran *cash* ke *m-payment*. Penelitian ini juga diharapkan mampu mendukung pengembangan teori dan praktik terkait teknologi pembayaran digital.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu meyakinkan bahwa layanan pembayaran *mobile* atau *m-payment*. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu meyakinkan bahwa layanan pembayaran *mobile* atau *m-payment* lebih mudah digunakan, dapat meningkatkan kemudahan dalam bertransaksi dan efisiensi waktu dalam melakukan transaksi oleh masyarakat. Dengan demikian masyarakat dapat menghemat waktu dan tenaga serta akses pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penulis berupa pengetahuan dan juga pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti, yaitu niat beralih dari pembayaran *cash* ke *m-payment*. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya wawasan dan memperluas pengetahuan penulis terkait teknologi pembayaran digital.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas penulisan skripsi ini, penulis akan menjabarkan sistematika pembahasannya. Skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama berisigambaran skripsi secara garis besar dalam bentuk sub bab yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Bab ini terdiri dari sub bab, antara lain kajian teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisi tentang metode dalam meneliti. Bab ini terdiri dari sub bab, antara lain jenis penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ke empat dalam skripsi ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian. Bab ini terdiri dari sub bab, antara lain gambaran umum objek penelitian serta menjelaskan hasil analisis data penelitian yaitu uji *outer model*, uji *inner model*, dan uji hipotesis.

BAB V PENUTUP

Bab ke lima dalam skripsi ini adalah bagian akhir yang berisi penutup dan memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dilanjutkan dengan keterbatasan penelitian dan juga saran-saran atau masukan untuk pihak-pihak tertentu.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis dan pembahasan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel *service quality*, *alternative attractiveness*, dan *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang baik, adanya alternatif lain yang menarik, serta tekanan sosial dapat mendorong pengguna untuk beralih ke *m-payment*.

Namun, terdapat lima hipotesis yang tidak dapat diterima. *Trust* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *switching intention*. Selain itu, *switching cost* tidak berhasil memoderasi (memperlemah) hubungan antara *service quality*, *alternative attractiveness*, *trust*, dan *subjective norm* terhadap *switching intention*. Hal ini menandakan bahwa *switching cost* tidak menjadi faktor yang memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan niat pengguna dalam beralih ke *m-payment*. Dengan kata lain, besar kecilnya *switching cost* yang dirasakan oleh responden tidak memengaruhi seberapa besar pengaruh terhadap niat mereka untuk beralih dari pembayaran tunai ke *m-payment*.

Hasil penelitian ini menekankan bahwa dalam meningkatkan penggunaan *m-payment*, fokus utama perlu diberikan pada peningkatan kualitas layanan, menarik minat pengguna dengan alternatif yang lebih menguntungkan, serta memanfaatkan pengaruh sosial. Sementara itu, faktor

biaya perpindahan tidak menjadi penghalang utama dalam niat pengguna untuk beralih, sehingga strategi pemasaran sebaiknya lebih menekankan pada manfaat dan kemudahan layanan dibandingkan kekhawatiran mengenai *switching cost*.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berupaya secara optimal untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Namun, selama proses penyelesaian tugas akhir ini, penulis menemui berbagai tantangan dan keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Keterbatasan yang ditemukan adalah saat penyebaran kuesioner secara online. Target responden adalah Generasi Z yang tersebar di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, mencakup Kabupaten Sleman, Kulon Progo, Gunung Kidul, Bantul dan Kota Yogyakarta. Namun, distribusi responden tidak merata di setiap kabupaten. Mayoritas responden berasal dari Kabupaten Sleman, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh keterjangkauan penulis dalam memperoleh responden di wilayah tersebut. Sementara itu, jumlah responden dari kabupaten lain relatif lebih sedikit, disebabkan oleh keterbatasan waktu untuk menjangkau wilayah-wilayah tersebut serta terbatasnya jaringan pertemanan penulis di daerah selain Sleman. Meskipun demikian, penulis tetap berhasil mendapatkan responden dari setiap kabupaten, sehingga data yang dikumpulkan masih dapat mencerminkan kondisi Generasi Z di Yogyakarta, meskipun dengan distribusi yang tidak sepenuhnya seimbang.

Penelitian ini juga terbatas dalam mengukur *switching cost*, di mana instrument yang digunakan mungkin belum sepenuhnya menangkap persepsi nyata responden terkait biaya peralihan. Kemudian, karakteristik Generasi Z cenderung lebih fleksibel dalam berpindah ke teknologi baru, terutama dalam konteks pembayaran digital. Mereka lebih mengutamakan kemudahan dan manfaat yang dirasakan dibandingkan hambatan biaya perpindahan, sehingga *switching cost* tidak berperan signifikan sebagai moderator dalam penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *switching intention* Gen Z di DI Yogyakarta dalam penggunaan *m-payment*, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan oleh berbagai pihak.

Pertama, bagi perbankan syariah disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanannya khususnya layanan digital, mengingat bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan *service quality* terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat Gen Z untuk beralih dari pembayaran tunai ke *m-payment*. Selain itu, perlu juga mengembangkan strategi promosi dan fitur menarik sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup Gen Z seperti *cashback* dan integrasi dengan *platform* belanja online.

Kedua, bagi penyedia layanan *m-payment* seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay dan lain sebagainya, disarankan untuk terus melakukan

inovasi dan menjaga kualitas layanan digital yang dapat menarik perhatian generasi muda.

Ketiga, bagi regulator sistem pembayaran diharapkan dapat memperluas ekosistem QRIS khususnya di wilayah DI Yogyakarta, mengingat masih rendahnya jumlah *merchant* yang mendukung QRIS di provinsi ini.

Keempat, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengembangan penelitian dengan memperluas cakupan wilayah dan demografi responden, misalnya dengan membandingkan antara nasabah antara kelompok usia yang berbeda seperti generasi milenial dengan generasi Z. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan faktor lain yang lebih relevan sebagai moderator, mengingat karakteristik Generasi Z yang lebih fleksibel dalam berpindah ke teknologi baru dan lebih mengutamakan kemudahan dibandingkan hambatan biaya perpindahan, misalnya dengan menambahkan variabel seperti *habit*, *perceived risk*, atau *digital literacy*.

Dengan adanya saran ini, diharapkan pihak-pihak terkait dapat memberikan kontribusi yang lebih baik dalam memahami peralihan dari pembayaran tunai ke *m-payment* di kalangan Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Metodologi Penelitian*. Suka press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alwi, I. (2014). *Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pda Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir*.
- Aseng, A. C., Ekonomi, P., Keguruan, F., & Pendidikan, I. (2020). Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services. *Cogito Smart Journal* |, 6(2).
- Bansal, H. S., & Taylor, S. F. (1999). The Service Provider Switching Model (SPSM) A Model of Consumer Switching Behavior in the Services Industry. In *Samban-Journal of Service Research* (Vol. 2, Issue 2).
- 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>
- Baroto, Y. (2024). *Peran Teknologi Finansial dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan di Indonesia*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12630324>
- 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>
- Chandra, S., Srivastava, S. C., & Theng, Y.-L. (2010). Evaluating the Role of Trust in Consumer Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *Communications of the Association for Information Systems*, 27. <https://doi.org/10.17705/1cais.02729>
- 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>
- Cheng, S., Lee, S. J., & Choi, B. (2019). An empirical investigation of users’ voluntary switching intention for mobile personal cloud storage services based on the push-pull-mooring framework. *Computers in*

Human Behavior, 92, 198–215.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.035>

Chiu, C. M., Fang, Y. H., Cheng, H. L., & Yen, C. (2013). On online repurchase intentions: Antecedents and the moderating role of switching cost. *Human Systems Management*, 32(4), 283–296.
<https://doi.org/10.3233/HSM-130796>

Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 265–284. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.07.006>

Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Effendi, L., Irwan, M., & Nasution, P. (2022). Perilaku Transaksi Ekonomi Pengguna Media Sosial sebagai Dampak Perkembangan Ekonomi Digital. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(3), 162–162. <http://journal.ainarapress.org/index.php/lms>

Eren, B. A. (2024). QR code m-payment from a customer experience perspective. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 106–121.
<https://doi.org/10.1057/s41264-022-00186-5>

Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>

Fauzan, M., & Engriani, Y. (2021). Marketing Management Studies The moderating effect of switching cost on the influence of social influence and price towards switching intention. *Marketing Management Studies*, 1 (2). <https://doi.org/10.24036/jkmp.v1i1>

Fauzi, M. A. (2022). Partial least square structural equation modelling (PLSSEM) in knowledge management studies: Knowledge sharing in virtual communities. *Knowledge Management and E-Learning*, 14(1), 103–124. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2022.14.007>

Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling* (Edisi 2). Universitas Terbuka. www.ut.ac.id.

Febryaningrum, V., Vega Buana, A., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266.
<https://doi.org/10.62017/jemb>

- Fitriasari, R. B., & Zakiy, D. M. (2018). *Biaya Beralih Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Citra Perusahaan dan Trust Terhadap Switching Intention Nasabah Bank Muamalat Indonesia*. www.bankmuamalat.co.id
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. In *Source: Journal of Marketing* (Vol. 63, Issue 2).
- Greener, Sue. (2008). *Business research methods*. BookBoon.
- Ha, M. T., Nguyen, G. Do, & Doan, B. S. (2023). Understanding the mediating effect of switching costs on service value, quality, satisfaction, and loyalty. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01797-6>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (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., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- 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. In *European Business Review* (Vol. 26, Issue 2, pp. 106–121). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hanafiah, & Sutedja, A. (2020). *Pengantar Statistika*. Widina.
- Handarkho, Y. D., & Harjoseputro, Y. (2020). Intention to adopt mobile payment in physical stores: Individual switching behavior perspective based on Push–Pull–Mooring (PPM) theory. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(2), 285–308. <https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2019-0179>
- Hartono, K. (2018). The Influence Of Satisfaction, Variety Seeking, and Alternative Attractiveness to Switching Behavior Through Switching Intentions. *Management Analysis Journal*, 7(3). <http://maj.unnes.ac.id>
- Hati, S. R. H., Gayatri, G., & Indraswari, K. D. (2021). Migration (Hijra) to Islamic bank based on push–pull–mooring theory: a services marketing mix perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1637–1662. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0157>

- 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>
- Ichsan, M., Fitriyanti, F., Setiorini, K. R., & Al-Qudah, A. M. abdeh. (2024). Digitalization of Islamic Banking in Indonesia: Justification and Compliance to Sharia Principles. *Jurnal Media Hukum*, 31(2), 244–261. <https://doi.org/10.18196/jmh.v31i2.22485>
- Imron, A. (2021). Sosialisasi GNNT Melalui Instrument Pembayaran Berbasis QRIS Pada UMKM Dikota Serang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7). <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- Inayah, N. (2020). Perbankan Syariah. *Diklat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismadi, F. (2022). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(2), 72–85.
- Jabeen, S., Bakar, A., Hamid, A., & Rehman, S. U. (2015). International Journal of Economics and Financial Issues Switching Intentions: A Case of Saudi Arabian Hypermarkets. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5, 10–11. <http://www.econjournals.com>
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2000). Switching Barriers and Repurchase Intentions in Services. *Journal of Retailing*, 76(2), 259–274.
- Juliandi, A. (2018). *Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Dengan SMARTPLS*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777>
- 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>

- Kho, C. W. (2018). *Future Studies Research Methodology: A Collection of Studies* (Z. Naimie, S. Siraj, & N. Akma, Eds.). University of Malaya Press. <https://www.researchgate.net/publication/356469493>
- Khofifah, L. W. (2023). *Pengaruh Push Pull Mooring Factors Terhadap Customer Switching Intention Masyarakat Desa Manggis Kabupaten Boyolali dari Bank Konvensional ke Bank Syariah*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Kholik, A., Maulida, S., Dadan Suganda, A., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Y. A., Merung, H., & Nufus, N. (2020). *Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*. www.penerbitwidina.com
- Khotimah Harahap, L. (2020). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)*.
- Kordi Ghasrodashti, E. (2018). Explaining brand switching behavior using pull-push-mooring theory and the theory of reasoned action. *Journal of Brand Management*, 25(4), 293–304. <https://doi.org/10.1057/s41262-017-0080-2>
- Kukuh Pramudya, A., & Zaelina, F. (2023). Intention of Generation-Z for Switching to Islamic Banks in Banten Province: A Push-Pull Mooring Approach. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 02(2), 2023. <https://doi.org/10.14421/jbmi>
- Lai, J.-Y., Debbarma, S., & Ulhas, K. R. (2012). An Empirical Study of Consumer Switching Behavior Toward Mobile Shopping: A Push-Pull-Mooring Model. In *International Journal of Mobile Communications* (Vol. 10, Issue 4).
- Lin, X., Chien, S. W., Hung, C. W., Chen, S. C., & Ruangkanjanases, A. (2021). The Impact of Switching Intention of Telelearning in COVID-19 Epidemic's Era: The Perspective of Push-Pull-Mooring Theory. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.639589>
- Loh, X. M., Lee, V. H., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Dwivedi, Y. K. (2021). Switching from cash to mobile payment: what's the hold-up? *Internet Research*, 31(1), 376–399. <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2020-0175>
- Lu, H. P., & Wung, Y. S. (2021). Applying transaction cost theory and push-pull-mooring model to investigate mobile payment switching behaviors with well-established traditional financial infrastructure.

Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 16(2), 1–21. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762021000200102>

Mahdi Bunayya, A., Yunus, A. R., & Sofyan, A. S. (2024). Pengaruh TPB dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah : Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 440.

Manik, T. (2019). Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 2(2), 27–33.

Marseto, F. (2019). *Push, Pull, and Mooring Evaluation Of User Switching Intention from Social Commerce to E-Commerce*.

Maysyaroh, S., Rusydiana, A. S., & Febriani, D. (2024). Zillennial Perceptions of Sharia Governance Implementation and Its Implications on the Reputation, Trust, and Loyalty of Islamic Banks. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 11(1), 105–120. <https://doi.org/10.20473/vol11iss20241pp105-120>

Misno, Umuri, K., Fahrurrozie, R., Shomad, A., Ash-Shiddiqy, M., Marits, S. A., Verina, R. N., & Siddik, Y. (2023). *Perbankan Syariah di Indonesia* (Misno & R. Fahrurrozie, Eds.). Pustaka Amma Alamia.

Monoarfa, T. A., Sumarwan, U., Suroso, A. I., & Wulandari, R. (2023). Switch or Stay? Applying a Push–Pull–Mooring Framework to Evaluate Behavior in E-Grocery Shopping. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15076018>

Moon, B. (1989). *504-Paradigms in migration research: exploring “moorings” as a schema*. Shelley and Koven.

Nilawati, & Fati, N. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. <http://ppnp.ac.id>

Novianta, E., Andani, A., . F., & Pane, S. G. (2024). Financial Technology Dan Literasi Keuangan Terhadap Generasi Z. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i1.1423>

Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan Wulan Rent Car. *Journal of Applied Bussiness and Economics*, 6(3), 259–273.

Nugroho, A. P. (2022). *Metode Pengumpulan Data*. <https://www.researchgate.net/publication/364383690>

- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Pandey, P., & Meenu, Mishra. (2015). *Research methodology: tools & techniques*. Bridge Center.
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption. *Human Factors and Ergonomics In Manufacturing*, 29(1), 31–43. <https://doi.org/10.1002/hfm.20750>
- Premana, A., Fitralisma, G., Yulianto, A., Zaman, M. B., & Wiryo, M. A. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Disrupsi 4.0. In *Jurnal Economic Management (JECMA)* (Vol. 1).
- Prima Matondang, T., Heru Prastawa, I., & Manik MJM, D. (2021). *Pengaruh Faktor Push, Pull, dan Mooring Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan*.
- Rafferty, N. E., & Fajar, A. N. (2022). Integrated QR Payment System (QRIS): Cashless Payment Solution in Developing Country from Merchant Perspective. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 32(3), 630–655. <https://doi.org/10.14329/APJIS.2022.32.3.630>
- Ranganathan, C., Seo, D. B., & Babad, Y. (2006). Switching behavior of mobile users: Do users' relational investments and demographics matter? *European Journal of Information Systems*, 15(3), 269–276. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000616>
- Rianto Rahadi, D. (2023). *Pengantar Partial Least Square Structural Equation Model PLS-SEM*.
- Saibil, D. I., Khoirunnisa, A. N., & Yusfiarto, R. (2023). From Cash to Cashless: Understanding Users' Switching Intentions from Cash to Mobile Payment Applications. *Vision*. <https://doi.org/10.1177/09722629231197336>
- Sakaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Seventh Edition. www.wileypluslearningspace.com

- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Saut, E., & Perdini, T. A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Untuk Mahasiswa Psikologi* (1st ed.). PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th ed.)* (Global Edition).
- Sekar, A., Firdausi, M., & Dharmmesta, B. S. (2023). The Effect of Push, Pull, and Mooring Factors on Customers' Switching Intention to Green Cosmetics. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 25(3). <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Siaputra, H., & Isaac, E. (2020). Pengaruh Attitude, Subjective Norm dan Perceived Behavior Control Terhadap Purchase Intention Makanan Sehat di Crunchaus Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 9–18.
- Siau, K., & Shen, Z. (2003). Building Customer Trust in Mobile Commerce. *Communications of The ACM*, 46(4).
- Siswadi, F., Muharam, H., & Hannan, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1).
- Sudirjo, F., Wijayanto, G., Wahyuningsih, D., & Wahyono, D. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Susiloadi, P., Renanita, T., & Julaibib. (2023). Predicting M-Payment Adoption Intention in Indonesia: Integrating Technology Acceptance Model and Psychological Factors. *Indigenenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 352–367.
- Thaher, M., Ikhwan, M., Haeruddin, M., Ilham, M., & Haeruddin, W. (2023). *Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust in Brand Terhadap Customer Retention (Studi kasus pada mahasiswa pelanggan E-commerce GO-JEK di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNM)*. 2, 115–138.
- Timur, Y. P., Ridlwan, A. A., Fikriyah, K., & Susilowati, F. D. (2025). Two years of digital Sharia bank in Indonesia, what do consumers think?: A sentiment analysis using machine learning. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(6). <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025273>

- Vatalaro, F., & Vizzarri, A. (2016). M-payment systems and procedures: state-of-the-art and perspectives. *International Journal of Management and Network Economics*, 3(4), 257. <https://doi.org/10.1504/ijmne.2016.079860>
- Wahyu, A., Sugiono, & Noerdjanah. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 1–61.
- Wajdi, F., Atiningsih, S., Sinurat, J., Bendra Agustina, E., Ridhasyah, R., Putra Ode Amane, A., Jumiati, E., Magdalena Suprpto, F., Rijal, K., Ginting, R., & Yanto The, H. (2024). *Metodologi Penelitian & Analisis Data Komprehensif* (E. Damayanti, Ed.; Edisi Pertama). Widina Media Utama. www.freepik.com
- Wang, L., Luo, X. (Robert), Yang, X., & Qiao, Z. (2019). Easy come or easy go? Empirical evidence on switching behaviors in mobile payment applications. *Information and Management*, 56(7). <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.02.005>
- 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: Transport and Environment*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102242>
- Widodo, E., Palullungan, D., & Syairudin, B. (2019). Implementing PPM framework to customer's switching behaviour in dual-channel service supply chain. *Journal of Physics: Conference Series*, 1367(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1367/1/012043>
- Widyawati, D. (2020). Menimbang Manfaat dan Resiko Penggunaan Mobile Payment dalam Tinjauan Islam. *Jl. Kaliurang Km. 14 Yogyakarta*, 2, 397–400. <http://www.csi->
- Xu, H., Wang, J., Tai, Z., & Lin, H. C. (2021). Empirical study on the factors affecting user switching behavior of online learning platform based on push-pull-mooring theory. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137087>
- Yani Balaka, M., & Abyan, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (I. Ahmaddien, Ed.; Cetakan Pertama). Widina. www.penerbitwidina.com
- Yu, S. Y., & Chen, D. C. (2022). Consumers' Switching from Cash to Mobile Payment under the Fear of COVID-19 in Taiwan. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148489>

- Yunita, E., & Munandar, J. (2023). The Influence of Push-Pull-Mooring Effects on E-Wallet Customer Switching in Generation Z in DKI Jakarta. *Yunita & Munandar / The South East Asian Journal of Management SEAM* ©, 17(1), 1–27. <https://doi.org/10.21002/seam.v17i1.1177>
- Yusfiarto, R., Sunarsih, S., & Darmawan, D. (2023). Understanding Muslim's switching from cash to m-payments: based on push-pull-mooring framework. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 342–365. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0135>
- Yusuf, H. G., & Ratnasari, A. (2022). Pengaruh Push Pull Mooring Terhadap Switching Intention Pada Pengguna Aplikasi Video on Demand di Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v5i1.2321>
- Zakiy, M. (2019). The Moderating Effect Of Switching Cost On The Influence Of Price And Service Quality Towards Switching Intention. *Advances in Social Science, Education and Humanities Reseach*, 353.