

**ANTESEDEN NIAT BERALIH NASABAH BANK KONVENSIONAL KE
BANK JAGO SYARIAH**



SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR STARTA
SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM
STRATA SATU (S1)**

OLEH:

AHMAD IKHSAN AL-HAKIM
NIM. 21108020094

DOSEN PEMBIMBING:

ALEX FAHRUR RIZA, S.E., M.SC.
NIP. 19900412 000000 1 301

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN JUDUL

**ANTESEDEN NIAT BERALIH NASABAH BANK KONVENSIONAL KE
BANK JAGO SYARIAH**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR STARTA
SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM
STRATA SATU (S1)**

**OLEH:
AHMAD IKHSAN AL-HAKIM
NIM. 21108020094**

**DOSEN PEMBIMBING:
ALEX FAHRUR RIZA, S.E., M.SC.
NIP. 19900412 000000 1 301**

**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-1299/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANTESEDEN NIAT BERALIH NASABAH BANK KONVENSIIONAL KE BANK JAGO SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD IKHSAN AL HAKIM
Nomor Induk Mahasiswa : 21108020094
Telah diujikan pada : Jumat, 25 Juli 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 68996ab089426



Penguji I

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

Valid ID: 689ad8edb431e



Penguji II

Hasan Al Banna, SEI., M.E
SIGNED

Valid ID: 689d96b505d0a



Valid ID: 68a57975e393f

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Ahmad Ikhsan Al-Hakim

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 mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ahmad Ikhsan Al-Hakim

NIM : 21108020094

Judul Skripsi : “Anteseden Niat Beralih Dari Bank Konvensional Ke Bank Jago Syariah”

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

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Juli 2025

Pembimbing



Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
NIP. 19900412 000000 1 301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Ikhsan Al-Hakim

NIM : 21108020094

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “ANTESEDEN NIAT BERALIH NASABAH BANK KONVENSIONAL KE BANK JAGO SYARIAH” adalah benar-benar merupakan penyusunan hasil karya sendiri, bukan duplikat atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terjadi penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Dengan surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Yogyakarta, 17 July 2025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

10000
Ahmad Ikhsan Al-Hakim
NIM. 21108020094

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

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

Nama : Ahmad Ikhsan Al-Hakim
NIM : 21108020094
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
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:

“ANTESEDEN NIAT BERALIH DARI BANK KONVESIONAL KE BANK SYARIAH”

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

Yogyakarta, 17 Juli 2025

Penyusun



Ahmad Ikhsan Al-Hakim
NIM. 21108020094

HALAMAN MOTTO

"With every step, I place my trust in Allah, for I believe that his plan is always greater than mine"

"Finish what you have started. Never start something you cannot finish."



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberi kekuatan, ketenangan, dan jalan di setiap proses hingga tugas akhir ini bisa kuselesaikan. Shalawat dan salam juga selalu tercurah untuk Nabi Muhammad SAW, teladan sepanjang zaman yang ajarannya selalu menjadi cahaya dalam setiap langkah.

Ayah dan ibu tercinta, Bapak Sartono dan Ibu Ovia Marry Utama yang tak akan pernah bisa membalas sedikit pun dari doa yang kalian bisikkan setiap hari. Untuk lelah yang tak pernah kalian tunjukkan, untuk pengorbanan yang bahkan tak sempat kalian hitung. Terima kasih karena terus percaya dan menjadi alasan terbesarku untuk terus melangkah, bahkan saat aku sendiri ragu.

Untuk adik adikku Rahma, Sadid, Zahra, Hamid. Kalian adalah semangat yang tak pernah padam dalam hatiku. Tawa dan kehadiran kalian selalu jadi pelipur lelah di tengah penatnya perjalanan ini. Semoga kakak bisa terus jadi kebanggaan kalian, seperti halnya kalian adalah anugerah yang tak ternilai bagiku.

Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan secara khusus kepada dosen pembimbing saya Bapak Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, kesabaran serta mengarahkan saya selama proses penyusunan tugas akhir ini. Semoga segala ilmu dan pengabdianya menjadi amal jariyah yang terus mengalir.

Tentu saja, saya juga mengucapkan terima kasih kepada almamater saya, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. atas seluruh pengalaman, pelajaran hidup, dan kenangan yang membentuk saya hingga titik ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

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

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba ^ʿ	B	Be
ت	Ta ^ʿ	T	Te
ث	Sa ^ʿ	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha ^ʿ	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha ^ʿ	Kh	Ka da Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra ^ʿ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	„ Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Mutaáddidah
عدة	Ditulis	‘iddah

C. Ta’ Marbuttah

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

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّة	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karamah al auliya’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

_____	Fathah	ditulis	<i>A</i>
_____	Kasrah	ditulis	<i>I</i>
_____	ḍammah	ditulis	<i>U</i>

E. Vokal Panjang

1. Faṭḥah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	Jāhiliyyah
2. Faṭḥah + yā' mati	Ditulis	Ā
تَنسَى	Ditulis	Tansā
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	Ī
كَرِيم	Ditulis	Karīm
4. Ḍammah + wāwu mati	Ditulis	Ū
فُرُوض	Ditulis	furūd

F. Vokal Rangkap

1. Faṭḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakuma</i>
2. Faṭḥah + wāwu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

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

H. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah maka ditulis dengan menggunakan huruf awalan “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur 'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

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

السماء	Ditulis	<i>as-samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
السنة أهل	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat, taufiq hidayah serta inayahNya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan Syafaatnya di *yaumul qiyamah*. *Aamiin*.

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

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 beserta semua jajarannya.
3. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya.
4. Bapak Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan banyak ilmu serta memotivasi kepada saya sendiri dalam proses penyusunan skripsi dari proses paling awal hingga skripsi ini selesai.

5. Seluruh Dosen Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan selama menempuh dibangku perkuliahan.
6. Seluruh Pegawai dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Semua pihak dan instansi terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu proses terselesaikannya skripsi ini.
8. Bapak Sartono dan Ibu Ovia Marry Utama yang tanpa henti selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan kasih sayang kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Adikku tercinta Rahma, Sadid, Zahra, Hamid yang selalu memberikan keceriaan, candaan, dan semangat di saat saya merasa lelah dan jenuh.
10. Kepada seluruh keluarga besar saya yang memberikan semangat dan doa kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Partner spesial yaitu Musyarofa yang selalu hadir meluangkan waktunya, memberikan dukungan serta semangat untuk maju tanpa kenal kata menyerah, dan selalu mendoakan dalam sebuah proses awal hingga akhir dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman dekat penulis yaitu Alpin, Haikal, Firdan, Zhafran, Rahman, Haqqy, Ayodya, Rizky, Dzakwan dan Felix yang telah berjuang bersama serta memberikan doa, dukungan, bantuan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Keluarga besar Perbankan Syariah 2021 yang telah berbagi suka duka serta canda tawa sampai saat ini.

14. Kepada teman-teman KKN 114 pandu kulonprogo yang telah memberikan banyak pengetahuan baru dan kenangan kepada penulis.

15. Seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan mereka dengan nikmat yang lebih berkat dan sempurna. Akhir kata, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran serta perkembangan penelitian ini sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Hormat Saya,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Ahmad Ikhsan Al-Hakim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRAK	xxiv
<i>ABSTRACT</i>	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10

C. Tujuan Masalah	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan	13
 BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Bank Jago Syariah.....	14
1. Pengertian Bank Jago Syariah.....	14
2. Prinsip di Jago Syariah.....	15
3. Syarat dan Ketentuan Jago Syariah.....	17
4. Kelebihan dan Kekurangan Bank Jago Syariah	19
B. Teori Migrasi dan <i>Push, Pull, and Mooring</i> (PPM) Model.....	21
1. Teori Migran.....	21
2. Teori Push, Pull, Mooring (PPM).....	24
3. Pendorong Faktor (<i>Push Factors</i>).....	25
4. Kepuasan Nasabah	26
5. Religiusitas.....	28
6. Penarik Faktor (<i>Pull Factors</i>)	32
7. Alternatif Daya Tarik.....	32
8. Norma subjektif.....	33
9. Penambat Faktor (<i>Mooring Factors</i>).....	35
10. Inertia	35
C. Niat Beralih (<i>Switching Intention</i>)	37
D. Penelitian Terdahulu.....	38
E. Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	48
1. Kerangka Teoritis	48

2. Pengembangan Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
A. Jenis Penelitian.....	60
B. Populasi.....	60
C. Sampel.....	60
D. Jenis dan sumber data.....	62
E. Teknik Pengumpulan Data	63
F. Definisi Operasional Penelitian.....	64
G. Skala Pengukuran.....	69
H. Teknik Analisis Data	71
1. Uji Outer Model	71
2. Uji Inner Model.....	73
3. Uji Hipotesis.....	76
BAB IV PEMBAHASAN.....	77
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	77
B. Deskripsi Profil Responden.....	78
C. Hasil Penelitian.....	87
1. Uji Outer Model	87
2. Uji Inner Model.....	95
3. Uji Hipotesis.....	101
D. Pembahasan.....	108
1. Pengaruh variabel Kepuasan Nasabah terhadap variabel <i>Switching Intention</i> dari bank konvensional ke bank jago syariah.....	108
2. Pengaruh variabel Religiusitas terhadap variabel <i>Switching Intention</i> dari bank konvensional ke bank jago syariah.....	112

3. Pengaruh variabel Alternatif Daya Tarik terhadap variabel <i>Switching Intention</i> dari bank konvensional ke bank jago syariah.	116
4. Pengaruh variabel Norma Subjektif terhadap variabel <i>Switching Intention</i> dari bank konvensional ke bank jago syariah.....	119
5. Pengaruh Inertia terhadap <i>Switching Intention</i> dari bank konvensional ke bank jago syariah.....	122
E. Analisis Pertanyaan Terbuka.....	125
1. Alasan Tertarik	126
2. Alasan Tidak Tertarik	127
BAB V PENUTUP.....	129
A. Kesimpulan	129
B. Keterbatasan Penelitian.....	129
C. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 2. 2 Model Penelitian	48
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	66
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert 1-5	70
Tabel 3. 3 Skor Skala Likert 5-1	70
Tabel 4. 1 Jumlah Responden.....	78
Tabel 4. 2 Tertarikan pada Bank Jago Syariah	79
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin	80
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	80
Tabel 4. 5 Domisili Responden	81
Tabel 4. 6 Pendidikan Terakhir Responden.....	82
Tabel 4. 7 Pekerjaan Responden	83
Tabel 4. 8 Bank Konvensional yang digunakan Responden	84
Tabel 4. 9 Penggunaan Mobile Banking/Digital Banking	85
Tabel 4. 10 Lama menjadi bank konvensional.....	86
Tabel 4. 11 Validitas Kovergen	88
Tabel 4. 12 Cross Loading	90
Tabel 4. 13 Fornell-Larcker Criterion	92
Tabel 4. 14 Heterotrait-Monotrait Ratio.....	93
Tabel 4. 15 Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan Rho_A.....	94
Tabel 4. 16 Hasil Path Coefficient	96
Tabel 4. 17 Hasil Model Fit.....	97
Tabel 4. 18 Hasil R-Square	98
Tabel 4. 19 Hasil Q-Square	99
Tabel 4. 20 Hasil Effect size.....	100

Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis	101
Tabel 4. 22 Akumulasi Jawaban Responden Variabel KN	109
Tabel 4. 23 Akumulasi Jawaban Responden Variabel R	113
Tabel 4. 24 Akumulasi Jawaban Responden Variabel AD	116
Tabel 4. 25 Akumulasi Jawaban Responden Variabel NS.....	120
Tabel 4. 26 Akumulasi Jawaban Responden Variabel IN.....	123



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand awareness dan penyebutan spontan bank digital di Indonesia tahun 2025.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Bansal 2005	23
Gambar 2. 2 Kerangka Bansal 2005	49
Gambar 4. 1 Hasil Outer Model.....	87
Gambar 4. 2 Hasil Inner Model.....	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-Kisi Uji Coba Intrumen Penelitian	141
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	142
Lampiran 3 Data Responden.....	153
Lampiran 4 Data Kuesioner	155
Lampiran 5 Hasil PLS <i>Algorithm</i> (Outer Model)	176
Lampiran 6 Hasil <i>Boostropeing</i> (Inner Model).....	177
Lampiran 7 Outer Loading.....	178
Lampiran 8 Cross Loading.....	180
Lampiran 9 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	182
Lampiran 10 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	182
Lampiran 11 <i>Construct reability and validity</i>	182
Lampiran 12 Nilai <i>Path Coefficient</i>	183
Lampiran 13 Hasil Model Fit.....	183
Lampiran 14 Hasil <i>R-Square</i>	183
Lampiran 15 Hasil <i>Q-Square</i>	183
Lampiran 16 Hasil <i>F-Square</i>	184
Lampiran 17 Hasil Uji Hipotesis	184
Lampiran 18 Hasil Turnitin Penelitian.....	185
Lampiran 19 Biodata Penulis.....	190

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi niat beralih (*switching intention*) nasabah dari bank konvensional ke Bank Jago Syariah dengan pendekatan *Push, Pull, and Mooring* (PPM). Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 111 responden, yang sebagian besar berdomisili di Pulau Jawa dan sisanya di luar Pulau Jawa, dan merupakan nasabah bank konvensional. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap niat beralih, sedangkan religiusitas, alternatif daya tarik, dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan. Inertia sebagai faktor mooring juga berpengaruh negatif terhadap *switching intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek psikologis dan sosial memainkan peran penting dalam keputusan nasabah untuk berpindah ke layanan bank syariah digital.

Kata kunci: *Push Pull Mooring, Switching Intention, Bank Jago Syariah, Perbankan Syariah Digital*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to examine the factors influencing customers' switching intention from conventional banks to Bank Jago Syariah using the Push, Pull, and Mooring (PPM) framework. A quantitative approach was employed, with data analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data were collected through an online questionnaire distributed to 111 respondents, most of whom reside in Java, with the remainder from other regions, all of whom are conventional bank customers. The analysis revealed that customer satisfaction has a negative effect on switching intention, while religiosity, alternative attractiveness, and subjective norms have a positive and significant effect. Inertia, as a mooring factor, negatively influences switching intention. These findings highlight the significant role of psychological and social factors in influencing customers' decisions to switch to digital Islamic banking services.

Keywords: *Push Pull Mooring, Switching Intention, Bank Jago Syariah, Digital Islamic Banking*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif pada tahun 2025. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Januari 2025, aset perbankan syariah tumbuh sebesar 9,16%, Dana Pihak Ketiga (DPK) naik 9,85%, dan pembiayaan meningkat 9,77% secara tahunan (Hafiyyan, 2025). Pertumbuhan ini menjadi salah satu indikator meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah. Salah satu faktor utama yang mendorong fenomena ini adalah adanya kebijakan OJK yang mendorong pemisahan unit usaha syariah (UUS) menjadi bank umum syariah (BUS), yang terbukti memperluas akses dan meningkatkan inklusi keuangan syariah.

Masyarakat mulai tertarik dengan sistem perbankan yang berdasarkan prinsip syariah, terutama karena aspek kehalalan dan sistem bagi hasil yang dianggap lebih adil (Purwanto *et al.*, 2021). Regulasi dan kebijakan dari Bank Indonesia dan OJK terbukti cukup efektif dalam mempercepat digitalisasi dan inklusi perbankan syariah, termasuk melalui penguatan infrastruktur, literasi digital, dan *digital onboarding* nasabah (Haasanh *et al.*, 2024)

Menurut Hidayati (2024), internet berperan penting dalam mendorong *switching behavior* atau perilaku perpindahan nasabah dari bank konvensional ke bank syariah, dengan kontribusi teknologi informasi

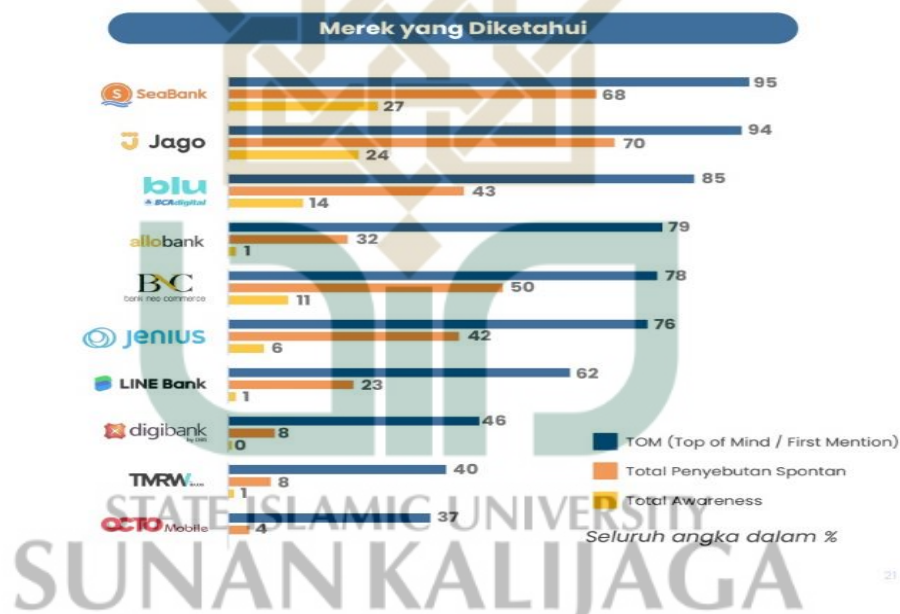
mencapai 18,6%. Internet memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi, membandingkan layanan, serta membaca ulasan mengenai produk perbankan, baik konvensional maupun syariah. Selain itu, menurut Kholidah *et al.*, (2023), media sosial dan literasi digital yang tinggi juga turut meningkatkan minat generasi milenial terhadap layanan perbankan digital syariah. Hal ini menjadikan internet sebagai faktor penting dalam dinamika perkembangan lembaga keuangan di era digital saat ini.

Di era digital saat ini, promosi dan edukasi mengenai perbankan syariah semakin meluas, sehingga sebagian masyarakat mulai mengenal keberadaan dan prinsip dasar dari bank syariah. Hal ini berbeda dengan kondisi sebelumnya, di mana sebagian besar masyarakat hanya mengetahui keberadaan bank konvensional sebagai lembaga keuangan utama. Menurut Romdhan & Toha (2021), masih banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan mendasar antara perbankan syariah dan konvensional, sehingga mereka menganggap keduanya memiliki sistem yang sama. Padahal, bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil, tanpa bunga, dan berlandaskan akad-akad sesuai syariat Islam seperti mudharabah dan murabahah. Sementara itu, bank konvensional menggunakan sistem bunga sebagai dasar keuntungan. Ketidaktahuan ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap sistem dan produk perbankan syariah belum sepenuhnya terbentuk, sehingga masih dibutuhkan edukasi dan literasi keuangan syariah yang lebih menyeluruh.

Dunia perbankan syariah maupun konvensional tidak terlepas dari segi pemasaran, karena pada pemasaran akan menyangkut suatu produksi, selain itu pemasaran adalah proses berjalannya suatu bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Definisi terbaiknya adalah bahwa pemasaran merupakan kegiatan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan. Dalam memasarkan produknya agar diminati oleh masyarakat luas serta meningkatkan jumlah nasabah, Bank Jago memanfaatkan kemajuan teknologi dengan bertransformasi menjadi bank digital. Strategi ini dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan kebutuhan nasabah yang semakin mengandalkan layanan berbasis digital (Linggadjaya *et al.*, 2022).

Bank Jago dalam produknya menggunakan prinsip-prinsip syariah yang dimana setiap prosesnya terdapat akad-akad yang dilakukan untuk transaksi dengan calon nasabah. Meskipun layanan perbankan syariah berbasis digital seperti Bank Jago Syariah semakin dikenal masyarakat, namun fenomena perpindahan nasabah dari bank konvensional ke bank syariah digital masih tergolong rendah. Berdasarkan survei Populix & IDN Times (2025), Bank Jago Syariah berada di posisi kedua sebagai bank digital dengan brand awareness tertinggi, khususnya di kalangan Gen Z. Namun, laporan dari OJK menunjukkan bahwa konversi dari awareness

menjadi switching intention baru menyentuh angka di bawah 15%. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara persepsi terhadap keunggulan bank syariah digital dengan realisasi perpindahan aktual nasabah. Hal ini memunculkan pertanyaan penting: apakah persepsi positif terhadap fitur syariah digital saja cukup untuk mendorong nasabah berpindah dari bank konvensional Atau ada faktor penghambat lain seperti kebiasaan, ketidakpastian, hingga pengaruh sosial yang membatasi niat beralih tersebut



Gambar 1. 1 *Brand awareness* dan penyebutan spontan bank digital di Indonesia tahun 2025

sumber: *Populix & IDN Times*, 2025

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas yang bersumber dari hasil survei Populix dan IDN Times (2025), terlihat bahwa Bank Jago Syariah menempati posisi kedua sebagai bank digital yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat brand awareness

terhadap Bank Jago Syariah sudah tinggi, khususnya di kalangan generasi digital seperti Gen Z. Namun demikian, meskipun tingkat pengenalan ini tinggi, angka switching atau perpindahan aktual nasabah dari bank konvensional ke Jago Syariah belum menunjukkan pertumbuhan yang signifikan.

Bank Jago Syariah merupakan salah satu penyedia layanan keuangan digital yang telah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia (BI) serta Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Melalui platform digital yang dimilikinya, Bank Jago Syariah menawarkan berbagai kemudahan transaksi seperti pengiriman uang, pengisian saldo *e-wallet*, pembayaran tagihan, hingga pengelolaan keuangan secara personal melalui fitur kantong yang dapat disesuaikan kebutuhan. Dalam era digital seperti saat ini, kehadiran lembaga keuangan berbasis teknologi sangat membantu masyarakat dalam mengatur keuangan secara praktis dan fleksibel. Berdasarkan laporan terbaru, Bank Jago Syariah menempati peringkat kedua sebagai bank digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya oleh generasi Z yang dikenal adaptif terhadap teknologi digital.

Kegiatan dari Bank Jago Syariah dalam menghimpun dana adalah dengan tabungan, giro, dan deposito. Bank Jago Syariah sendiri adalah bank yang bergerak di bidang digital dengan era sekarang yang memasuki era 4.0 serba digital akan cocok dengan era sekarang. Bank Jago Syariah sendiri tergolong dalam bank syariah dalam pengelolaannya. Salah satu kegiatan bank jago Syariah adalah dengan pembuatan rekening secara online yang

awal mulanya harus mendownload terlebih dahulu aplikasi jago di *playstore* maupun *appstore* (Linggadjaya *et al.*, 2022).

Sebelum dikembangkan menjadi teori Push, Pull, dan Mooring (PPM), konsep berpindah layanan berakar dari teori migrasi manusia. Teori migrasi pertama kali dikenalkan oleh Ravenstein, (1885) yang menjelaskan bahwa perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lain dipengaruhi oleh dua kekuatan utama, yaitu faktor pendorong (*push factors*) dari tempat asal dan faktor penarik (*pull factors*) dari tempat tujuan.

Heberle, (1938) memperluas konsep ini dengan menjelaskan bahwa migrasi terjadi karena kondisi negatif di tempat asal (seperti ketidaknyamanan, ketidakpuasan) dan kondisi positif di tempat tujuan (seperti harapan baru atau peluang yang lebih baik). Konsep ini kemudian berkembang dan diadopsi dalam berbagai bidang, termasuk perilaku konsumen, untuk menjelaskan kenapa individu berpindah dari satu layanan ke layanan lain, termasuk dalam konteks switching nasabah dari bank konvensional ke bank syariah digital.

Teori *Push, Pull, and Mooring* (PPM) yang dikembangkan oleh Bansal *et al.*, (2005) menjelaskan bahwa niat seseorang untuk berpindah layanan dipengaruhi oleh tiga faktor utama. *Push factors* merujuk pada faktor pendorong, seperti ketidakpuasan terhadap layanan saat ini. *Pull factors* adalah daya tarik dari penyedia layanan lain yang dinilai lebih baik atau lebih sesuai dengan kebutuhan. Sementara itu, *mooring factors* merupakan faktor penghambat atau pengikat, seperti kebiasaan lama, biaya

pindah, atau keterikatan emosional terhadap layanan sebelumnya. Ketiga faktor ini bekerja secara bersamaan dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk tetap bertahan atau berpindah ke layanan lain. Teori PPM ini juga menjadi pendekatan yang banyak digunakan dalam meneliti *switching intention*, termasuk dalam konteks layanan perbankan digital seperti bank syariah, sebagaimana dikemukakan oleh (Monoarfa *et al.*, 2024).

Untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong pertumbuhan pasar perbankan syariah, penelitian ini menerapkan teori *Push, Pull, and Mooring* (PPM). Teori ini menjelaskan perpindahan pelanggan melalui tiga kelompok faktor, yaitu *Push, Pull, dan Mooring*. Model ini digunakan untuk menganalisis alasan-alasan mengapa nasabah berpindah dari bank konvensional ke bank syariah. *Push factors* adalah faktor pendorong dari penyedia layanan lama (bank konvensional), seperti ketidakpuasan atau biaya tinggi. *Pull factors* adalah daya tarik dari bank syariah yang menawarkan nilai lebih seperti prinsip syariah, transparansi, atau layanan digital. Sementara itu, *Mooring factors* merupakan faktor yang dapat memperkuat atau melemahkan niat perpindahan, seperti kebiasaan, biaya berpindah, atau nilai-nilai pribadi. Dengan menggunakan teori ini, diharapkan diperoleh masukan strategis bagi perbankan syariah untuk meningkatkan minat nasabah dan memperluas pangsa pasarnya (Bansal *et al.*, 2005; Monoarfa *et al.*, 2024)

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perpindahan nasabah dari bank konvensional ke bank syariah. Di antaranya adalah kepuasan nasabah terhadap layanan bank syariah, daya tarik alternatif seperti promosi dan fitur bebas biaya admin, serta faktor religiusitas yang mendorong masyarakat untuk memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, norma subjektif seperti pengaruh dari orang terdekat juga ikut mendorong seseorang untuk beralih. Namun, tidak sedikit juga nasabah yang tetap bertahan di bank konvensional karena adanya inerti, yaitu rasa enggan berpindah akibat kebiasaan lama atau rasa nyaman. Semua faktor ini dapat dijelaskan melalui teori *Push, Pull, and Mooring* (Bansal *et al.*, 2005).

Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi *switching intention* dari bank konvensional ke bank syariah. Misalnya, penelitian oleh Abror *et al.*, (2023) menemukan bahwa nilai religiusitas dan kepercayaan pelanggan menjadi faktor signifikan dalam *switching intention* di Pakistan. Sementara itu, studi oleh Bouzekouk & Mansor, (2025) menemukan bahwa persepsi religiusitas dan kinerja masa lalu dari penyedia dana syariah merupakan indikator penting dalam menarik investor muslim di Malaysia menguatkan peran *alternative attractiveness* dalam keputusan beralih layanan keuangan syariah. Di Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan & Masruchin (2025) mengungkapkan bahwa kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah berkontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI. Kepuasan ini selanjutnya berperan penting dalam

mempengaruhi niat nasabah untuk berpindah layanan. Khan *et al.*, (2022) menemukan bahwa *social influence* dan *awareness* secara signifikan memengaruhi intensi nasabah untuk menggunakan perbankan Islam, Sedangkan Firdiyanti *et al.* , (2023) menunjukkan bahwa norma subjektif bagian dari faktor sosial memiliki pengaruh tertinggi dalam *switching intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah.

Penelitian ini penting dilakukan untuk beberapa alasan. Pertama, meningkatnya minat masyarakat terhadap bank syariah perlu dipahami secara *komprehensif* agar dapat mengembangkan strategi yang efektif dalam memperkuat sistem perbankan syariah di Indonesia. Kedua, meskipun bank syariah semakin populer, masih terdapat kesenjangan pemahaman tentang faktor-faktor yang mendorong dan menghambat nasabah dalam melakukan *switching*. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat terungkap faktor-faktor kunci yang memengaruhi *switching intention*. Ketiga, dengan menggunakan teori *Push, Pull, Mooring*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kerangka teoretis yang *komprehensif* dan aplikatif dalam memahami fenomena ini serta memberikan rekomendasi praktis bagi bank syariah untuk menarik lebih banyak nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* nasabah dari bank konvensional ke bank syariah berdasarkan teori *Push, Pull, Mooring*. Secara khusus, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor *push*, *pull*, dan *mooring* yang berperan dalam keputusan nasabah untuk beralih, serta mengeksplorasi hambatan hambatan

yang dihadapi nasabah dalam proses transisi ini. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran bank syariah yang lebih efektif, serta membantu meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia.

Namun, meskipun perkembangan perbankan syariah digital semakin pesat, masih jarang penelitian yang secara spesifik menyoroti perpindahan nasabah dari bank konvensional ke bank digital syariah seperti Bank Jago Syariah. Kebanyakan studi sebelumnya masih berfokus pada bank syariah konvensional, belum banyak yang membahas konteks digital yang kini menjadi daya tarik utama, terutama bagi generasi muda. Selain itu, beberapa penelitian cenderung hanya meneliti satu atau dua faktor, tanpa melihat secara menyeluruh bagaimana dorongan, daya tarik, dan penghambat bisa saling memengaruhi keputusan nasabah untuk beralih. Hal inilah yang menjadi celah dan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANTESEDEN NIAT BERALIH NASABAH BANK KONVENSIONAL KE BANK JAGO SYARIAH”**

B. Rumusan Masalah

Dari adanya latar belakang masalah yang sudah dijelaskan menjadi dasar perumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah?
2. Apakah variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah?
3. Apakah variabel alternatif daya tarik berpengaruh positif terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah?
4. Apakah variabel norma subjektif berpengaruh positif terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah?
5. Apakah variabel inerti berpengaruh negatif terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah?

C. Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini untuk memecahkan masalah penelitian. Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel religiusitas terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel alternatif daya tarik terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel norma subjektif terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel inertia terhadap variabel *switching intention* dari bank konvensional ke bank jago syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun berdasarkan tujuan yang telah dibuat diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan dan manfaat teoritis, sehingga dapat meningkatkan wawasan dan menambah informasi mengenai pengaruh *Push Pull Mooring* Faktor terhadap *Switching Intention* dari Bank Konvensional ke Bank Jago Syariah. Serta dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu dan referensi oleh pihak yang ingin melakukan penelitian mengenai permasalahan ini secara lebih lanjut.

2. Manfaat Praktisi

A. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peneliti mengenai Perbankan Syariah terlebih lagi mengenai pengaruh *Push Pull Mooring Factor* terhadap *Switching Intention*, serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi yang sedang ditempuh.

B. Bagi Perbankan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu sumber informasi dan masukan kepada lembaga keuangan terutama syariah sebagai pertimbangan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadikan perilaku nasabah untuk berpindah. Sehingga lembaga perbankan dapat mempertahankan nasabah dengan memaksimalkan kemampuan yang dimiliki.

C. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pengetahuan kepada mahasiswa khususnya mahasiswa perbankan syariah mengenai faktor yang mempengaruhi *switching intention*.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian digunakan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari laporan tugas akhir ini. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan latar belakang dari penelitian yang dilakukan, masalah yang ingin dijawab, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan muncul setelah dilakukannya penelitian ini. Bagian ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Latar belakang harus menjelaskan mengapa penelitian ini penting dan perlu dilakukan, Rumusan masalah harus jelas dan terukur, Tujuan penelitian harus menjelaskan apa yang ingin dicapai dengan penelitian ini, Manfaat penelitian harus menjelaskan kepada siapa penelitian ini bermanfaat.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan teoritis penelitian, tinjauan pustaka, pengembangan hipotesis penelitian, dan kerangka teori yang menjadi acuan penyusunan penelitian ini.

- A. Bagian ini membahas konsep-konsep dan teori-teori yang terkait dengan penelitian.
- B. Tinjauan pustaka harus didasarkan pada sumber-sumber yang kredibel dan terkini.
- C. Tinjauan pustaka harus menunjukkan pemahaman peneliti tentang topik penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode dan tata pelaksanaan penelitian, dimulai dari penentuan jenis penelitian sampai cara analisis data. Pada bab ini dijelaskan juga data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik

penarikan sampel, instrumen penelitian, dan operasional variabel penelitian. Bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan, Metodologi penelitian harus menjelaskan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data, Metodologi penelitian harus dijelaskan secara jelas dan sistematis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil yang diperoleh oleh peneliti, yang mencakup gambaran umum objek penelitian serta implementasi dan evaluasi dari hasil yang telah dicapai.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berfungsi sebagai penutup, di mana penulis akan menyampaikan kesimpulan dari seluruh analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini. Kesimpulan tersebut berisi jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Selain itu, bab ini juga menyampaikan saran dari penulis yang berkaitan dengan objek penelitian. Saran-saran tersebut ditujukan untuk kepentingan penelitian di masa mendatang serta perbaikan terhadap temuan-temuan di lapangan yang relevan dengan hasil penelitian, dan ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 111 responden dan analisis data menggunakan pendekatan model (*PLS-SEM*), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendorong Faktor (*Push Factor*) yang mencakup variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *switching intention*, sedangkan religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *switching intention*.
2. Penarikan Faktor (*Pull Factor*) yang mencakup variabel Alternatif Daya Tarik dan Norma Subjektif, yang keduanya terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*.
3. Penghambat Faktor (*Mooring Factor*) dalam penelitian ini diwakili oleh variabel Inertia berpengaruh negatif signifikan terhadap *switching intention*.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berupaya secara optimal untuk memperoleh hasil yang diinginkan dan berusaha sebaik mungkin dalam penulisan tugas akhir ini, namun dalam pengerjaan penelitian ini peneliti mengalami beberapa Kendala diantaranya:

1. Penelitian ini meneliti tentang bank jago syariah, yang dimana banyak yang sebelumnya tidak mengenali bank jago syariah tersebut yg sulit memahami jika diterangi beberapa aspek dari bank jago syariah.
2. Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner berbasis online menggunakan g-form. Hal ini menyebabkan minimnya interaksi dengan responden, sehingga informasi yang dikumpulkan hanya terbatas pada pertanyaan dari kuesioner.
3. Penyebaran responden dalam penelitian masih belum merata, target responden adalah terfokus pada pulau jawa yang terdiri dari Banten, Jakarta, Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur. Namun distribusi responden mayoritas dari Yogyakarta. Disebabkan oleh kurangnya jaringan responden yang dimiliki penulis.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait dan juga sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya:

1. Bagi Pihak Bank Jago Syariah, disarankan untuk lebih memaksimalkan strategi pemasaran yang menonjolkan keunggulan sebagai alternatif daya tarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Oleh karena itu, Bank Jago Syariah perlu memperkuat citra digital, inovasi

produk, serta kemudahan layanan agar semakin menarik perhatian nasabah bank konvensional untuk berpindah.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan responden, tidak hanya dari pengguna bank konvensional tetapi juga yang telah beralih ke bank syariah, agar dapat dibandingkan secara lebih objektif. Selain itu, pengembangan model dengan memasukkan variabel lain seperti *perceived risk*, kepercayaan (*trust*), atau *personal value* dapat menjadi arah penelitian lanjutan yang menarik dan relevan dengan konteks keuangan syariah digital.

Dengan adanya saran ini, diharapkan hasil penelitian tidak hanya memberikan gambaran akademik tentang switching intention dalam konteks perbankan syariah digital, tetapi juga dapat menjadi masukan praktis bagi pihak penyedia layanan keuangan syariah dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pemahaman terhadap perilaku nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M. (2014). *The Role of Awareness and Perceived Values upon the Acceptance of Islamic Banking and Finance in Dagestan The Republic of Dagestan is located in the North Caucasus Mountains . It is the southernmost part of Russia with 50 , 300 square kilometer area . Dag. July.*
- Abduh, M., Kassim, S. H., & Dahari, Z. (2013). *Factors Influence Switching Behavior of Islamic Bank Customers in Malaysia.* 2(1), 12–19.
- Aboobucker, I., & Bao, Y. (2018). Journal of High Technology Management Research What obstruct customer acceptance of internet banking ? Security and privacy , risk , trust and website usability and the role of moderators. *Journal of High Technology Management Research*, xxxx, 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2018.04.010>
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Mubin, N., Mohd, B., Omar, M. W., Hafizh, M. Al, Gaffar, V., & Linda, M. R. (2023). Antecedents of customer value co-creation in Islamic banking : The role of religiosity , perceived value and behavioral factors Antecedents of customer value co-creation in Islamic banking : The role of religiosity , perceived value and behavioral factors. *Cogent Business & Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2259577>
- Ajzen. (1991). *Theory of Planned Behaviour.*
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). “Migrating” to new service providers: Toward a unifying framework of consumers’ switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 96–115. <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>
- Barid, M., Siswanto, S., & Masyhuri, M. (2021). Exploring Islamic Banking Switching Intention. *El Dinar*, 9(1), 33–43.

<https://doi.org/10.18860/ed.v9i1.11637>

- Bouzekouk, S., & Mansor, F. (2025). *The Influence of Religiosity on Muslim Women ' s Selection of Fund Providers in Malaysia*.
- Farhan, F., Rukmanah, Y. H., Zalzalalah, G. G., & Prakosa, A. (2024). *Pengaruh sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiositas pada niat menggunakan layanan bank syariah*. 5(2), 197–210.
- Fauzi, M. A. (2022). *management studies : Knowledge sharing in virtual communities Partial least square structural equation modelling (PLS- SEM) in knowledge management studies : Knowledge sharing in virtual communities*. June.
- Firdiyanti, S. I., & Prasetyoningrum, A. K. (2023). *Competition in Business : Analysis of Factors Affecting Customers Switching Intention of Conventional Banks to Islamic Banks in Central Java*. 8(2).
- Ghasrodashti, E. K. (2017). Explaining brand switching behavior using pull – push – mooring theory and the theory of reasoned action. *Journal of Brand Management*. <https://doi.org/10.1057/s41262-017-0080-2>
- Glock, & Stark. (1965). *Religion and Society in Tension*.
- Gray, D. M., Alessandro, S. D., Johnson, L. W., Carter, L., Gray, D. M., Alessandro, S. D., & Johnson, L. W. (2017). *Inertia in services : causes and consequences for switching*. <https://doi.org/10.1108/JSM-12-2014-0408>
- Guo, J., Shan, S., Wang, Y., & Khan, Y. A. (2021). Analyzing Chinese Customers' Switching Intention of Smartphone Brands: Integrating the Push-Pull-Mooring Framework. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2021. <https://doi.org/10.1155/2021/6660340>
- Hafiyyan. (2025). *Survei Bank Digital Pilihan Kaum Muda, Siapa Jawaranya?* <https://finansial.bisnis.com/read/20250616/90/1885244/survei-bank-digital-pilihan-kaum-muda-siapa-jawaranya>

- 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., 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>
- Hartono, K., & Wahyono. (2018). *THE INFLUENCE OF SATISFACTION , VARIETY SEEKING , AND ALTERNATIVE ATTRACTIVENESS TO SWITCHING BEHAVIOUR THROUGH SWITCHING*. 7(3).
- Hasanah, N., & Sayuti, M. N. (2024). *Optimalisasi regulasi perbankan syariah oleh bank indonesia dan otoritas jasa keuangan dalam akselerasi transformasi digital*. 13(03), 709–723.
- Heberle. (1938). *The Causes of Rural-Urban Migration*.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). *Using PLS path modeling in new technology research : updated guidelines*. 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Hidayati, R. (2024). *The Influence of Innovation , Network , and Technology on Customer Switching to Bank Syariah Indonesia*. 4(2), 409–422. <https://doi.org/10.37680/ijief.v4i2.5793>
- 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>

- Hu, Y. C., & Liao, P. C. (2011). Finding critical criteria of evaluating electronic service quality of Internet banking using fuzzy multiple-criteria decision making. *Applied Soft Computing Journal*, 11(4), 3764–3770. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2011.02.008>
- Iacobucci, D., & Churchill, G. A. (2002). *Marketing Research: Methodological Foundations*.
- Jago, B. (2024). Public Expose 2023. *PT Medikaloka Hermina Tbk*, August.
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2000). Switching barriers and repurchase intentions in services. *Journal of Retailing*, 76(2), 259–274. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00024-5](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00024-5)
- Jovović, M., Mišnić, N., Pejović, B., & Mijušković, M. (2023). *Customer Satisfaction and Switching Intentions of Banking Services End-Users in Montenegro*. 71, 45–56. <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2023-0003>
- 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>
- Khan, H., Sajjad, F., Hassan, U., & Saleem, K. (2022). *The Relationship of Social Influence and Awareness on Customer Intention to Use Islamic Banking : The Mediating Role of Attitude*. 2022, 194–205. [https://doi.org/10.31703/ger.2022\(VII-I\).16](https://doi.org/10.31703/ger.2022(VII-I).16)
- Kholidah, N., Arifiyanto, M., Subowo, E., & Bagus, Z. (2023). *Factors Influencing the Interest in Using Sharia Digital Banking Applications in Indonesia*. 18(2), 87–102.
- Kotler, & Keller. (2006). *Marketing Management*. https://archive.org/details/marketingmanageml2edkotl_e7n4?utm_source=chatgpt.com
- Kurniawan, M. R., & Masruchin. (2025). *Pengaruh kualitas layanan dan nilai-nilai*

syariah bank terhadap kepuasan nasabah bank bsi kcp ahmad yani sidoarjo.
8.

- Kustijana, D. H., & Boenawan, I. C. (2018). Benarkah Niat Beralih Dipengaruhi oleh Kewajaran Harga, Inconvenience, dan Atribut Produk Baru dengan Biaya Beralih Sebagai Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 1. <https://journal.apmai.org/v2/index.php/jmkli/article/view/10>
- Lee, E. S. (1966). A Theory of Migration. *Demography*, 30(3), 353–371. <https://doi.org/10.2307/2061645>
- Lee, J., Hwang, H., Tran, A., & Keel, A. (2019). *THE MEDIATION EFFECT OF INERTIA ON*. 3(1), 1–14.
- Lingadjaya, R. I. T., Sitio, B., & Situmorang, P. (2022). *TRANSFORMASI DIGITAL PT BANK JAGO TBK DARI BANK*. 3(1), 11–26.
- Lwanga, & Lemeshow. (1991). *Sample Size Determination in Health Studies*.
- Mannan, M., Mohiuddin, M. F., Chowdhury, N., & Sarker, P. (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>
- Monoarfa, H., Al Adawiyah, R. A., Prananta, W., Sadat, A. M., & Vakhroh, D. A. (2024). Switching intention of conventional bank customers to Sharia bank based on push-pull-mooring theory. *Journal of Islamic Marketing*, 15(8), 2104–2121. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0220>
- 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>
- Mostafa, R. H. A., & Ibrahim, M. M. (2020). The effects of customer equity and religious motivation on customer retention and switching intention: A study of

- the Egyptian banking sector. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1873–1891. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2019-0136>
- Muhamad, & Devi. (2006). *Religiosity and the Malaysian Malay Muslim Investors: Some Aspects of Investment Decision*.
- Muthmainah, & Cholil, M. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i3.3437>
- N, Boyle, P., Halfacree, K., Robinson, V., Wales, K. H. (University O., Halfacree, S., Wales, V. (University O., & Robinson, S. (2014). *Exploring Contemporary Migration*.
- Njite, D., Kim, W. G., & Kim, L. H. (2008). Consumer Switching Behaviour: A Theoretical Review and Research agenda. *The International Journal's Research Journal of Social Science & Management*, 2(3), 74–82.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15/E. Global Edition*. Pearson Education.
- Polites, & Karahanna. (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. <https://doi.org/10.2307/41410404>
- Purwanto, Yeny Fitriyani, D. M. S. L. (2021). *Financing of The Medium , Small and Micro Enterprises Sector By Sharia Banking : Positive Effects on Economic Growth and Negative Effects on Income Inequality*. 6(2), 97–122.
- Rahayu, I. R. S., Pratama, & Martin, A. (2023). *Bank Jago Syariah Luncurkan Deposito yang Bisa Dicairkan Tanpa Penalti*.
- Ravenstein. (1885a). *The Laws of Migration*. <https://www.csiss.org/>
- Ravenstein, E. G. (1885b). The Laws of Migration. *Journal of the Statistical Society of London. Encyclopedia of Gerontology and Population Aging*, 48(2), 5059–5059. https://doi.org/10.1007/978-3-030-22009-9_302395

- Riptiono, S., Bangsa, U. P., Suroso, A., & Anggraeni, A. I. (2020). *EXAMINING THE DETERMINANT FACTORS ON CONSUMER SWITCHING EXAMINING THE DETERMINANT FACTORS ON CONSUMER SWITCHING INTENTION TOWARD ISLAMIC BANK IN CENTRAL JAVA ,.* April. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8241>
- Riptiono, S., Susanti, D. noor, Muliana, I., Irma, A., & Prasetyo, A. (2021). Mengurai religiusitas dan niat menggunakan layanan mobile banking syariah di Indonesia. *Bank Dan Sistem Perbankan*.
- Romdlan, A., & Toha, M. (2021). *Investasi : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Persepsi Masyarakat Desa Kapedi Sumenep tentang Perbankan Syariah*. 1(2), 65–71.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*.
- Sharma, N., & Patterson, P. G. (2000). Switching costs, alternative attractiveness and experience as moderators of relationship commitment in professional, consumer services. *International Journal of Service Industry Management*, 11(5), 470–490. <https://doi.org/10.1108/09564230010360182>
- Sumaryo, A., & Putra, P. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Ditinjau Dari Planned Behaviour Theory (Survei Pada Masyarakat Kota Bekasi). *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah)*, 12(1), 49–59. <https://doi.org/10.33558/maslahah.v12i1.2631>
- 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>
- Suparto, & Rusdiana. (2021). *Peran Kepuasan Pelanggan Pada Hubungan Kausalitas Antara Kualitas Layanan Terhadap Niat Beralih*.

<https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v2i2.1165>

- Todaro, M. P. (1969). A Model of Labor Migration and Urban Unemployment in Less Developed Countries. *The American Economic Review*, 59(1), 138–148.
- Usman, H., Widowati, N., Projo, K., Wulansari, I. Y., & Fadilla, T. (2021). *The Impact of Life Satisfaction , Quality Consciousness , and Religiosity on Customer Switching Intention to Halal Cosmetic **. 11, 5–19. <https://doi.org/10.13106/ajbe.2021.vol11.no3.5>
- Vakhroh, D. A. (2022). *NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH , PULL , DAN MOORING KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH , PULL ,.*
- Wijaya, A., Hartono, C., & Arwanto, B. (2022). Perlindungan hukum nasabah bank digital di indonesia yang berkepastian hukum. *Jurnal Hukum*, 1(12), 1–19. <https://scholarhub.ui.ac.id/dharmasisya/vol2/iss2/20/>
- Xu, H., Wang, J., & Tai, Z. (2021). *Empirical Study on the Factors Affecting User Switching Behavior of Online Learning Platform Based on Push-Pull-Moorring Theory.*
- Yoon, C., & Lim, D. (2021). *Customers ' Intentions to Switch to Internet-Only Banks : Perspective of the Push-Pull-Moorring Model.* 1–20.
- Yusfiarto, R., Supriani, I., Mutmainah, L., Hamdani, L., Khoirunnisa, A. N., & Ibrahim, M. H. (2024). Enabling Islamic internet-only banks acceptance: an empirical analysis of the UTAUT framework and Islamic compliance. *Journal of Islamic Marketing*, June. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2022-0057>