

**NIAT PERILAKU BERALIH DARI LAYANAN M-BANKING BSI KE
APLIKASI BYOND BY BSI**



SKRIPSI

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

OLEH:

NISRIENA HANAA AZIZA
21108020059

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

**NIAT PERILAKU BERALIH DARI LAYANAN M-BANKING BSI KE
APLIKASI BYOND BY BSI**



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

**OLEH:
NISRIENA HANAA AZIZA
21108020059**

**DOSEN PEMBIMBING:
ALEX FAHRUR RIZA, SE., 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-186/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2026

Tugas Akhir dengan judul : NIAT PERILAKU BERALIH DARI LAYANAN M-BANKING BSI KE APLIKASI BYOND BY BSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NISRIENA HANAA AZIZA
Nomor Induk Mahasiswa : 21108020059
Telah diujikan pada : Rabu, 07 Januari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 697adfa0900b2

Ketua Sidang

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



Valid ID: 697ad6d23785d

Penguji I

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



Valid ID: 697215e3e435c

Penguji II

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



Valid ID: 697b00496c484

Yogyakarta, 07 Januari 2026

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Nisriena Hanaa Aziza

Kepada :

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

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan pengoreksian, pemeriksaan, memberi arahan, serta melakukan perbaikan yang diperlukan, dengan demikian, saya selaku pembimbing menyatakan bahwa skripsi yang diajukan oleh mahasiswa berikut ini:

Nama : Nisriena Hanaa Aziza

NIM : 21108020059

Judul Skripsi : "Niat Beralih dari Layanan MBanking BSI ke Aplikasi
BYOND by BSI"

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.

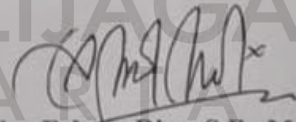
Dengan ini saya mengharap agar skripsi ini segera diajukan.

Terima kasih atas perhatian dan pertimbangannya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 17 Desember 2025

Pembimbing,



Alex Fahrur Riza, S.E., M.SC.

NIP. 19900412 000000 1 301

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisriena Hanaa Aziza
NIM : 21108020059
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Niat Beralih dari Layanan Mbanking BSI ke Aplikasi BYOND by BSI”** 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 orisinil 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, 17 Desember 2025
Penulis,



Nisriena Hanaa Aziza
NIM. 21108020059

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Nisriena Hanaa Aziza
NIM : 21108020059
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

“Niat Perilaku Beralih dari Layanan Mbanking BSI ke Aplikasi BYOND by BSI”

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 kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 17 Desember 2025
Penulis,


Nisriena Hanaa Aziza
NIM. 21108020059

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(QS Al-Baqarah: 286)

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(QS Al-Insyirah: 5-6)

“Man Jadda Wa Jadda”

“Khoirunnas Anfauhum Linnas”

(HR Ahmad Ath-Thabrani)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT dan rasa syukur atas segala nikmat, pertolongan, dan kemudahan yang selalu diberikan-Nya. Pada setiap proses yang terasa berat, Allah SWT selalu memberikan kekuatan untuk terus melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tanpa izin dan kehendak-Nya, skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk kedua orangtua, skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk terimakasih atas doa yang tidak pernah putus, perhatian, serta pengorbanan yang seringkali tidak terlihat. Setiap langkah penulis hingga sampai pada tahap ini merupakan hasil dari kesabaran dan kasih sayang orangtua yang selalu mengiringi. Semoga apa yang penulis capai dapat menjadi kebanggaan dan membawa kebaikan bagi keluarga.

Untuk sahabat, serta teman-teman seperjuangan, terimakasih atas kehadiran, waktu, dan kepedulian yang selalu diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi tempat untuk berbagi cerita, keluh kesah, dan tawa ditengah berbagai kesibukan dan tekanan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alīf	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ṡa'	Ṣ	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hâ'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

ط	Tâ'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gāīn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	'el
م	Mīm	M	'em
ن	Nūn	N	'en
و	Wāwu	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta'* Marbūtâh di akhir kata

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal atau 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 kata aslinya.

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
حَكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جَزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

- َ	Fathah	Ditulis	A
- ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + alif	Ditulis	A
جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I
كَرِيمٌ	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فُرُودٌ	Ditulis	<i>Furud</i>
ض		

F. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

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

H. Kata Sandang Alīf + Lām

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

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asysyams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

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



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.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 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Dr. Jeihaan Ali Azhar, S.Si., M.E.I., selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah periode 2024 – 2029
4. Bapak Defi Insani Saibil, S.E.I,M.E.K, sebagai sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Periode 2024 - 2029
5. Bapak Alex Fahrur Riza, S.E., M.SC, selaku dosen penasihat akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan yang membangun kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Berkat dukungan dan pendampingan beliau, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu

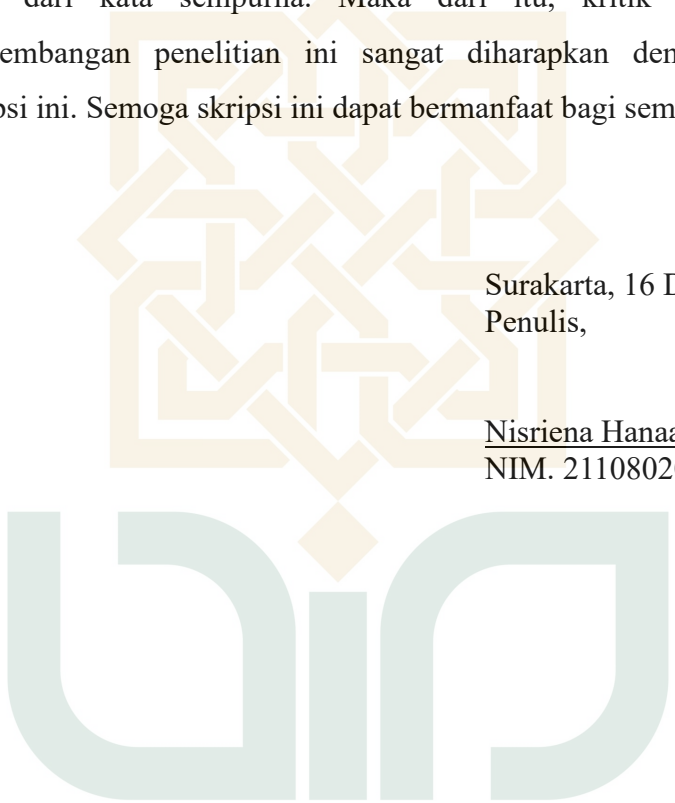
pengetahuan dan wawasan yang sangat luas selama menempuh pendidikan di kampus ini.

7. Seluruh Staff dan Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dalam proses skripsi ini.
8. Orang tua penulis, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta motivasi tiada henti kepada penulis selama menempuh Pendidikan hingga penyusunan skripsi ini. Berkat doa yang tidak terputus, kesabaran, pengorbanan, serta keikhlasan orang tua, penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik.
9. Teman-teman Hamasah, khusus nya zone Fatimah (Imeh, Yasmin, Laila, Hamidah, mba Five, mba Wardah, mba Anggit, Vita, dan neng Lely) yang telah menjadi keluarga pertama penulis selama berada di Yogyakarta. Terimakasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan dalam suka maupun duka selama masa perkuliahan.
10. Sahabat penulis, Bella, Fathiya, dan Isfiya yang senantiasa hadir menemani perjalanan penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas perhatian serta kesediaan untuk selalu menjadi tempat berbagi cerita, bertukar pikiran, dan saling menguatkan diberbagai situasi. Kehadiran kalian memberikan arti tersendiri dan membantu penulis melewati setiap proses dengan lebih tenang dan percaya diri.
11. Kepada Abidah dan Santi, yang telah menemani penulis dalam berbagai proses akademik maupun nonakademik. Terimakasih atas kehadiran, bantuan, serta kebersamaan dalam berbagi pengalaman dan cerita selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai. Namun, penulis berharap semoga pertemanan ini tidak berakhir meskipun berada di tempat dan fase kehidupan yang berbeda-beda.
12. Kepada seluruh teman-teman Perbankan Syariah 21, terimakasih atas dukungan serta segala bantuan yang telah diberikan selama ini.

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

Surakarta, 16 Desember 2025
Penulis,

Nisriena Hanaa Aziza
NIM. 21108020059



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR	xii
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	15
A. Bank Syariah	15
B. Digital Banking	18
C. Aplikasi BYOND by BSI	21
D. Migrasi	23
E. Push-Pull-Mooring (PPM)	24
F. Niat Berpindah (<i>Switching Intention</i>)	35
G. Telaah Pustaka	38
H. Kerangka Konseptual	46

I. Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Jenis Penelitian.....	54
B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	54
C. Populasi dan Sampel	57
D. Definisi Variabel Penelitian	60
E. Teknik Analisis	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Analisis Data	74
C. Uji Instrumen Data.....	81
D. Pembahasan	93
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Implikasi Penelitian.....	106
C. Keterbatasan Penelitian.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	118

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	38
Tabel 3. 1 Skala Likert	57
Tabel 3. 2 Variabel dan Definisi Variabel	62
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	74
Tabel 4. 2 Usia Responden	75
Tabel 4. 3 Domisili Responden	76
Tabel 4. 4 Penghasilan Responden	77
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden	78
Tabel 4. 6 Durasi Penggunaan Aplikasi BYOND	79
Tabel 4. 7 Memiliki Niat Beralih	80
Tabel 4. 8 Convergent Validity	82
Tabel 4. 9 Nilai AVE	83
Tabel 4. 10 Discriminant Validity	84
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	86
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 13 Uji Q Square	88
Tabel 4. 14 Uji F Square	89
Tabel 4. 15 GoF	90
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis	91
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis	93
Tabel 4. 18 Detail Jawaban Kuesioner Perceived Risk	95
Tabel 4. 19 Detail Jawaban Kuesioner Perceived Inefficiency	97
Tabel 4. 20 Detail Jawaban Kuesioner Enjoyment	99
Tabel 4. 21 Detail Jawaban Kuesioner Convenience	101
Tabel 4. 22 Detail Jawaban Kuesioner Switching Cost	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Digital Banking.....	2
Gambar 1. 2 Volume Transaksi Mobile Banking	3
Gambar 1. 3 Penampilan mbanking BSI dan BYOND.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	123
Lampiran 3 Hasil Olah Data Smart PLS	147
Lampiran 4 <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	151



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat beralih nasabah dari mobile banking BSI ke aplikasi BYOND by BSI menggunakan model Push-Pull-Mooring (PPM). Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis melalui smartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *enjoyment* dan *convenience* berpengaruh signifikan terhadap *switching intention*, sedangkan *perceived risk*, *perceived inefficiency*, dan *switching cost* tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini menunjukkan pentingnya aspek kesenangan dan kemudahan penggunaan dalam pengembangan layanan digital perbankan syariah.

Kata kunci: *Switching Intention, PPM, Mobile Banking, BYOND by BSI, Perceived Risk, Perceived Inefficiency, Enjoyment, Convenience, Switching Cost*

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing customers switching intention from BSI mobile to BYOND by BSI application using Push-Pull-Mooring (PPM) model. A quantitative approach was employed by collecting data through questionnaires and analyzing them using SmartPLS 3. The result indicate that enjoyment and convenience have a significant effect on switching intention, while perceived risk, perceived inefficiency, and switching cost do not have a significant effect. This study highlights the importance of enjoyment and convenience in development of islami banking digital services.

Keywords: *Switching Intention, PPM, Mobile Banking, BYOND By BSI, Perceived Risk, Perceived Inefficiency, Enjoyment, Convenience, Switching Cost*



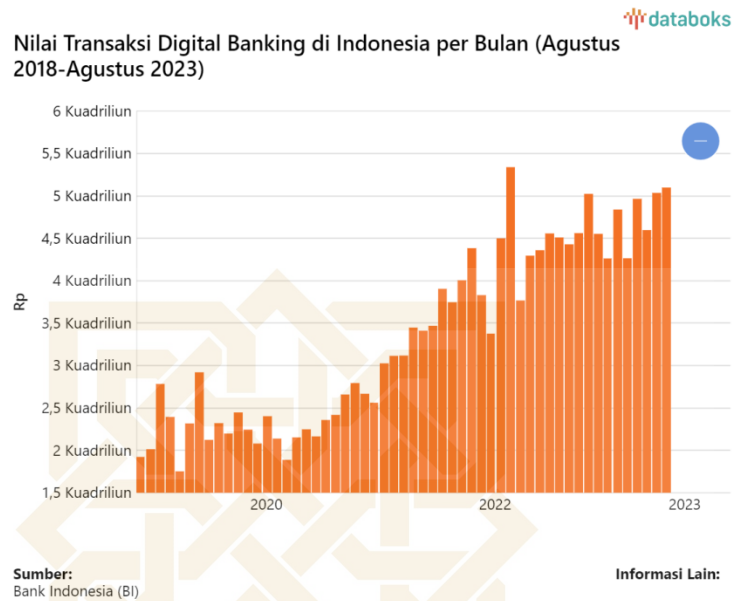
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan transformasi digital telah membawa pengaruh yang besar terhadap industri perbankan secara global. Salah satu pengaruh dari kemajuan teknologi ini, yaitu munculnya layanan perbankan digital (Akbar, 2023). Perbankan syariah juga dapat memanfaatkan layanan digital ini untuk meningkatkan tingkat inklusi keuangan syariah. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menyediakan fasilitas pembukaan rekening secara online guna memperluas akses masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Selain memperluas akses, layanan digital juga memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan (Ulya *et al.*, 2022).

Perkembangan pada sektor perbankan di Indonesia telah menghasilkan berbagai inovasi layanan berbasis elektronik seperti *internet banking*, *sms banking* dan *mobile banking* dengan tujuan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi menjadi lebih mudah melalui *smartphone* milik nasabah (Marthauli *et al.*, 2021). Layanan ini dinilai efektif dalam memperluas jangkauan serta memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi (Herliandis, 2023).



Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Digital Banking
(Sumber: Databoks)

Berdasarkan data yang dipublikasikan pada Databoks dan ditulis oleh Ahdiat, dengan merujuk data Bank Indonesia, nilai transaksi digital banking secara nasional pada Agustus 2023 mencapai sekitar Rp5,1 kuadriliun. Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 1,3% dibandingkan pada Juli 2023 (*month on month*), serta tumbuh sebesar 11,9% dibandingkan dengan periode pada tahun sebelumnya (*year on year*). Nilai transaksi digital atau perbankan digital pada data tersebut, merupakan gabungan dari transaksi *internet banking*, SMS/ mobile banking, dan *phone banking* (Ahdiat, 2023).



Gambar 1. 2 Volume Transaksi Mobile Banking
(Sumber: Databoks)

Sejalan dengan meningkatnya nilai transaksi digital banking, transaksi *mobile banking* di Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan. Berdasarkan data Bank Indonesia yang disusun oleh Databoks, volume transaksi *mobile banking* tercatat mengalami peningkatan selama periode Juni 2024 hingga Juni 2025. Pada Juni 2025, jumlah transaksi menggunakan *mobile banking* meningkat sekitar 27,68% atau mencapai 2,29 miliar transaksi dibandingkan Juni 2024 (*year on year*). Secara bulanan, jumlah transaksi cenderung meningkat pada Juni hingga Oktober 2024, meskipun sempat menurun pada November 2024, volume transaksi kembali meningkat pada Desember 2024 yang bertepatan dengan momentum Natal dan tahun baru. Memasuki tahun 2025, volume transaksi cenderung tidak stabil. Namun, terdapat kenaikan yang cukup signifikan

pada Maret 2025, yang bertepatan dengan momentum bulan puasa dan Idul Fitri. Pada periode tersebut, jumlah transaksi *mobile banking* meningkat sebesar 20,21% atau 2,31 miliar transaksi dibandingkan dengan bulan sebelumnya (Ridwan, 2025).

Salah satu bank yang turut menghadirkan layanan *mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dalam beberapa tahun terakhir, layanan *mobile banking* BSI menjadi salah satu pilihan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara digital. Namun demikian, layanan ini kerap mengalami kendala, seperti yang diberitakan oleh CNN Indonesia pada 6 Juli 2024, sejumlah nasabah menyampaikan keluhan pada media sosial terkait dengan *mobile banking* BSI yang tidak dapat diakses (*BSI Buka Suara Soal Gangguan M-Banking Nasabah*, 2024).

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), sebagai bank syariah terbesar di Indonesia memperkenalkan aplikasi SuperApp BYOND by BSI pada November 2024. Aplikasi ini menawarkan lima solusi yang membedakannya dari BSI Mobile, yakni pembaruan teknologi, modernisasi tampilan pada aplikasi, re-branding, metode kerja yang baru, serta integrasi ekosistem digital ((BSI), 2024).



Gambar 1. 3 Penampilan mbanking BSI dan BYOND

Dua bulan setelah peluncurannya, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Aplikasi BYOND by BSI berhasil menarik sekitar 3 juta pengguna aktif. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 85,7% dari pengguna lama mobile banking BSI telah beralih ke SuperApps BYOND. Optimisme disampaikan oleh Hery Gunardi (mantan direktur utama BSI periode 2021-2025) bahwa hal ini dapat mencapai 10 juta pengguna BYOND karena melihat dari pesatnya *customer* BSI dan juga fitur-fitur menarik yang ditawarkan oleh BYOND by BSI. Selain menawarkan fitur finansial, aplikasi BYOND juga dilengkapi dengan fitur sosial, seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf (ZISWAF) maupun donasi. Selain itu, aplikasi ini juga memiliki fungsi yang tidak dimiliki oleh superapps di bank lain, yakni fungsi spiritual.

Seperti penunjuk waktu sholat, arah kiblat, dan lokasi masjid terdekat. Hal ini akan berguna bagi umat Muslim. ((BSI), 2025).

Penelitian ini menggunakan model *Push-Pull-Mooring* (PPM) untuk menganalisis perpindahan (*switching*) nasabah dari layanan *mobile banking* BSI ke aplikasi BYOND by BSI. Model ini merupakan pendekatan yang banyak digunakan dalam penelitian mengenai perpindahan atau migrasi. Secara umum, migrasi merujuk pada perpindahan individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat yang lain (Xu *et al.*, 2021). Yuliyanti & Champaca (2024) menjelaskan bahwa seseorang dapat berpindah (*switching*) dari satu penyedia ke penyedia layanan lainnya, seperti halnya migran yang berpindah dari satu negara ke negara lain.

Migrasi umumnya menggambarkan seseorang dari satu wilayah geografis ke wilayah lainnya. Sementara itu, dalam perpindahan penyedia layanan merujuk kepada perpindahan pelanggan dari suatu penyedia layanan ke penyedia layanan lainnya (Bansal *et al.*, 2005). Bansal *et al* (2005) juga mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor utama yang dapat memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk berpindah dari satu layanan ke layanan lainnya. Faktor-faktor tersebut diantaranya, *push factors* (faktor pendorong), *pull factors* (faktor penarik, dan *mooring factors* (faktor penghambat).

Dalam hal ini, niat untuk beralih (*switching intention*) dapat dilihat ketika konsumen berada dalam situasi dimana mereka harus memutuskan apakah akan tetap menggunakan layanan yang sama atau memilih layanan yang lain (Anwar & Afiati, 2024). Ye *et al* (2022) menjelaskan niat berpindah yakni ketika seseorang mulai berkurang minatnya atau bahkan berhenti menggunakan suatu produk teknologi karena merasa ada produk lain yang lebih cocok atau dapat memenuhi kebutuhannya dengan baik.

Dalam penelitian ini, model *Push-Pull-Mooring* (PPM) digunakan untuk mengklasifikasi faktor-faktor yang memengaruhi *switching intention*. Variabel *perceived risk* dan *perceived inefficiency* dikategorikan sebagai faktor pendorong (*push factors*), yakni faktor negatif dari layanan sebelumnya (BSI mobile). Sementara itu, *enjoyment* dan *convenience* berperan sebagai faktor penarik (*pull factors*), yakni faktor daya tarik pada aplikasi baru. Adapun variabel *switching cost* dalam penelitian ini diposisikan sebagai *mooring factor*, karena biaya yang dirasakan oleh nasabah, baik berupa waktu, tenaga, maupun psikologis, dapat menjadi faktor yang memperkuat atau menghambat untuk berpindah dari layanan mobile banking ke aplikasi BYOND.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan mengenai niat berpindah (*switching intention*) dengan menggunakan model *Push-Pull-Mooring* (PPM), seperti berpindah ke digital bank syariah (Albanna & Lutpika, 2022), berpindah ke e-wallet (Yunita & Munandar, 2023),

berpindah ke *m-payments* (Yusfiarto *et al.*, 2023), berpindah dari android ke ios (Anwar & Afiati, 2024), berpindah pada layanan *e-grocery* (Monoarfa *et al.*, 2023), dan berpindah layanan e-commerce (Ye *et al.*, 2022).

Meskipun studi tentang *switching intention* telah banyak dilakukan, namun penelitian yang secara spesifik membahas mengenai *switching intention* dari satu aplikasi ke aplikasi lain dalam satu institusi perbankan yang sama seperti perpindahan dari BSI mobile ke BYOND by BSI masih terbatas.

Solo Raya dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu wilayah yang strategis dan sering disebut sebagai kota metropolitan di Jawa Tengah. Kawasan ini mencakup Kota Surakarta beserta enam kabupaten disekitarnya, yakni Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten. Secara historis, wilayah ini dikenal dengan sebutan *Subosukawonosraten* pada masa kolonial Belanda (Mutaalimin, 2025).

Dalam hal ini, Solo Raya dipilih sebagai lokasi penelitian karena tidak hanya merupakan kawasan metropolitan strategis di Jawa Tengah dengan perpaduan antara budaya dan bisnis modern, namun juga merupakan wilayah yang memiliki ekosistem dukungan yang kuat terhadap perkembangan ekonomi syariah. Di Solo Raya, terdapat salah satu lembaga yang aktif dalam menjadikan wilayah ini sebagai pusat

pengembangan ekonomi dan sosial berbasis syariah, yakni Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Surakarta. Lembaga ini dapat mendorong transformasi ekonomi syariah melalui program-program unggulan yang fokus pada literasi keuangan syariah, pengembangan UMKM, serta penguatan ekosistem digital yang relevan dengan inovasi produk perbankan digital (*Pengurus Baru Bidang KomLitDigi, Siap Membawa MES Surakarta Jadi Tren Setter Ekonomi Syariah Berbasis Digital*, 2025).

Dengan demikian, kehadiran dan peran aktif dari MES dapat memberikan gambaran bahwa Solo Raya bukan hanya tempat yang representatif dari sisi budaya dan ekonomi, tetapi juga lingkungan yang kondusif untuk mengkaji faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat beralih dari layanan m-banking BSI ke aplikasi BYOND.

Selain itu, wilayah Solo Raya menunjukkan tingkat penggunaan pembayaran digital yang tinggi melalui QRIS. Hingga September 2025, jumlah transaksi QRIS di Solo Raya mencapai 88,7 juta transaksi atau mengalami pertumbuhan sebesar 127,36% (*year on year*) dengan Kabupaten Sukoharjo menjadi salah satu daerah penyumbang terbesar, yaitu sebanyak 13,3 juta transaksi atau 14,99% dari total transaksi QRIS di Solo Raya (Puspita, 2025). Tingginya intensitas penggunaan pembayaran digital tersebut, menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan layanan keuangan yang praktis dan aman (*Solo Raya Makin Digital! Transaksi QRIS Tembus Rp 96 Miliar, Bisnismu Masih Tunai*, 2025). Oleh karena itu,

penelitian ini juga menyoroti peran aplikasi BYOND sebagai solusi pembayaran digital yang dirancang untuk mendukung transaksi sekaligus kebutuhan finansial masyarakat Solo Raya secara lebih luas.

Dengan memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat beralih dari m-banking BSI ke aplikasi BYOND, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan model PPM dalam konteks *switching intention* pada sektor perbankan syariah. Sementara serta secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi sekaligus masukan strategis bagi manajemen BSI dalam mengelola transformasi digital dan menjaga loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui penelitian yang berjudul, **“NIAT BERALIH DARI M-BANKING BSI KE APLIKASI BYOND BY BSI”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor pendorong yang berupa *perceived risk* (PR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih dari layanan m-banking BSI ke aplikasi BYOND?
2. Apakah faktor pendorong yang berupa *perceived inefficiency* (PI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih dari layanan m-banking BSI ke aplikasi BYOND?

3. Apakah faktor penarik yang berupa *enjoyment* (EN) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih layanan m-banking ke aplikasi BYOND?
4. Apakah faktor penarik yang berupa *convenience* (CN) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih layanan m-banking ke aplikasi BYOND?
5. Apakah faktor penambat yang berupa *switching cost* (SC) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat beralih layanan m-banking ke aplikasi BYOND?

C. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh faktor pendorong berupa *perceived risk* (PR) terhadap niat beralih dari layanan m-banking BSI ke aplikasi BYOND.
2. Menguji pengaruh faktor pendorong berupa *perceived inefficiency* (PI) terhadap niat beralih dari layanan m-banking BSI ke aplikasi BYOND.
3. Menguji pengaruh faktor penarik berupa *enjoyment* (EN) terhadap niat beralih dari layanan m-banking BSI ke aplikasi BYOND.
4. Menguji pengaruh faktor penarik berupa *convenience* (CN) terhadap niat beralih dari m-banking BSI ke aplikasi BYOND.
5. Menguji pengaruh faktor penambat berupa *switching cost* (SC) terhadap niat beralih dari m-banking BSI ke aplikasi BYOND.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai *switching intention* mobile banking BSI ke BYOND by BSI, sekaligus mengasah kemampuan penulis dalam menganalisis data.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan pembaca serta menjadi referensi bagi akademisi mengenai *switching intention* mobile banking BSI ke BYOND by BSI.

3. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik minat nasabah BSI, serta merancang edukasi dan literasi terkait keuangan untuk meningkatkan pemahaman tentang produk perbankan syariah pada nasabah BSI.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah terkait pemahaman dalam penulisan skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan sistematika pembahasannya. Dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, yakni sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama, memberikan gambaran umum terkait skripsi dalam bentuk sub-bab yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua membahas landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab, yakni kajian teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga dalam skripsi ini membahas tentang metode dalam meneliti yang terdiri dari beberapa sub-bab diantaranya jenis penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang terdiri dari sub-bab yang mencakup gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data penelitian, statistik deskriptif, uji pemilihan model, uji asumsi klasik, analisis regresi model panel, dan uji hipotesis.

BAB V PENUTUP

Bab lima menyajikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, diikuti dengan pemaparan keterbatasan penelitian terkait pengaruh layanan fitur berbagi ziswaf terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi palestina melalui mobile banking bank syariah Indonesia. Selain itu, pada bab ini juga akan memaparkan implikasi penelitian dengan pihak yang terkait, yakni perbankan serta memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan melibatkan responden yang berdomisili di Solo Raya, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak semua faktor dalam model PPM (*Push-Pull-Mooring*) dapat memberikan pengaruh terhadap niat beralih (*switching intention*) dari mbanking BSI ke aplikasi BYOND.

Pada faktor pendorong (*push factor*) yaitu *perceived risk* dan *perceived inefficiency* diketahui bahwa keduanya tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *switching intention*. Hal ini menunjukkan bahwa kekhawatiran terhadap risiko maupun persepsi ketidakefisienan pada *mobile banking* BSI tidak cukup kuat untuk dapat mendorong mereka untuk beralih dari mbanking BSI ke aplikasi BYOND.

Sebaliknya, pada faktor penarik (*pull factor*) melalui variabel *enjoyment* dan *convenience* terbukti dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat beralih. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik aplikasi BYOND seperti tampilan yang lebih modern serta kemudahan akses menjadi alasan utama bagi responden di Solo Raya untuk beralih.

Sementara itu, faktor penambat (*mooring factor*) berupa *switching cost* juga terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *switching intention*. Hambatan perpindahan seperti waktu, proses, atau mempelajari

aplikasi baru, tidak dianggap sebagai kendala yang berarti bagi mayoritas responden. Kondisi ini juga dapat dipahami bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 23-36 tahun, yang cenderung memiliki tingkat adaptasi teknologi lebih tinggi, sehingga *switching cost* sebagai faktor penambat tidak menjadi penghalang dalam niat mereka untuk bermigrasi ke aplikasi BYOND.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perpindahan dari *mobile banking* BSI ke aplikasi BYOND di wilayah Solo Raya lebih banyak dipengaruhi oleh faktor penarik (*pull factor*) dibandingkan dengan faktor pendorong (*push factor*) maupun faktor penambat (*mooring factor*).

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Praktis

Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek yang paling penting untuk diperhatikan adalah meningkatkan pengalaman nasabah serta kemudahan akses dan transaksi pada aplikasi BYOND. Karena kedua hal tersebut terbukti menjadi faktor yang dapat memengaruhi niat nasabah untuk berpindah ke aplikasi baru.

2. Implikasi Teoritis

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *enjoyment* dan *convenience* sebagai *pull factor* memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap niat berpindah. Sementara *perceived risk*, *perceived inefficiency*, dan *switching cost* tidak memberikan pengaruh terhadap niat berpindah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam proses perpindahan secara internal dari mbanking BSI ke aplikasi BYOND, faktor penarik lebih kuat perannya dibandingkan dengan faktor pendorong maupun faktor penambat. Sehingga, penelitian ini dapat memperluas temuan pada teori PPM di sektor digital perbankan syariah.

- b. Hasil ini juga dapat menambah literatur dalam studi mengenai *switching intention* pada super app perbankan syariah. Selain itu, penelitian ini secara khusus menyoroti migrasi internal, yaitu perpindahan dalam institusi yang sama, bukan antar bank. Oleh karena itu, temuan ini dapat memberikan sudut pandang baru yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas perpindahan pada layanan e-wallet, m-payment, maupun digital bank secara umum.

C. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan pada penelitian ini, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Objek penelitian terbatas pada satu institusi, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Karena perpindahan yang diteliti merupakan migrasi secara internal dalam satu bank, maka hasil penelitian ini lebih mencerminkan kondisi spesifik di BSI. Dengan demikian,

temuan yang diperoleh belum tentu dapat digeneralisasikan pada bank syariah ataupun layanan digital banking lain.

2. Penelitian hanya melibatkan nasabah BSI di wilayah Solo Raya dengan jumlah responden sebanyak 166 orang. Peneliti menyadari bahwa jumlah tersebut belum mewakili seluruh populasi di tujuh kabupaten/kota di wilayah Solo Raya. Oleh karena itu, hasil penelitian berpotensi dipengaruhi oleh ketidakseimbangan sampel dan belum sepenuhnya dapat mencerminkan kondisi nasabah secara keseluruhan di wilayah tersebut.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, yakni *perceived risk*, *perceived inefficiency*, *enjoyment*, *convenience*, dan *switching cost* dalam kerangka PPM. Padahal secara teoritis, terdapat variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi *switching intention* tetapi tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Disarankan untuk melakukan penelitian dengan membandingkan beberapa bank atau beberapa super app perbankan sekaligus. Sehingga dengan melakukan perbandingan, hasil penelitian tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi BSI, tetapi juga dapat menjadi rujukan bagi industri perbankan digital secara lebih luas.

Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk melihat perbedaan strategi, fitur, maupun pengalaman pengguna diberbagai institusi.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas wilayah penelitian serta meningkatkan jumlah responden. Dengan harapan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat dan relevan untuk menggambarkan perilaku perpindahan pengguna aplikasi mobile banking.
3. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan atau mengkombinasikan variabel lain serta mengembangkan model penelitian. Pada penelitian ini hanya fokus pada pengaruh masing-masing variabel terhadap *switching intention*. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain dengan memasukkan variabel moderasi atau mediasi. Variabel seperti *trust*, kepuasan, ataupun religiusitas dapat memberikan sudut pandang baru mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna dalam bermigrasi ke aplikasi baru.

DAFTAR PUSTAKA

- (BSI), B. S. I. (2024). *SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif yang Semakin Nyaman & Aman Diakses*. Bank BSI. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman-diakses>
- (BSI), B. S. I. (2025). *Dua Bulan Diluncurkan, BYOND by BSI Sudah Capai 3 Juta User Aktif*. Bank BSI. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/dua-bulan-diluncurkan-byond-by-bsi-sudah-capai-3-juta-user-aktif>
- Abrori, F. (2022). Mekanisme Prinsip Syariah pada Produk Perbankan Syariah. *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(8.5.2017), 2003–2005.
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>
- Ahdiat, A. (2023). *Transaksi Digital Banking Capai Rp5,1 Kuadriliun pada Agustus 2023*. DataBoks.
- Akbar, M. R. (2023). Perkembangan yang Pesat dan Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Digital di Indonesia. *Ecobankers*, 4, 95–111.
- Albanna, H., & Lutpika, I. (2022). Switching Behaviour in Using Islamic Digital Banks in Indonesia: Push-Pull Mooring Model. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 5(December 2022), 15. <https://doi.org/10.22515/jfib.v5i2.5150>
- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Qatawneh, M., & Alghanam, O. A. (2023). Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM. *Sustainability (Switzerland)*, 15(13), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su15139908>
- Amelia, D., Arum, D., Dzatul, F., Arianingsasi, D. L., Larasati, E. M., Antikasari, E. W., & Aprilianto, E. (2025). Analisis Efektivitas Penggunaan Moodle Sebagai Media Pembelajaran pada Mata Pelajaran Informatika Kelas X SMK PGRI 13 Surabaya dengan Model Utaut-2. *Indonesian Research Journal on Education*, 5, 1263–1269.
- Amelia, E., Hurriyati, R., Rahayu, A., Wibowo, L. A., Widjajanta, B., & Christianingrum, C. (2024). *Perceived Enjoyment and Perceived Usefulness to Mobile Payment Users Continuance Intention* (Issue Gcbme 2023). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_68

- Anton, C., Camarero, C., & Carrarero, M. (2007). The Mediating Effect of Satisfaction on Consumers' Switching Intention. *Psychology & Marketing*, 24(6), 511–538. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Antoni, G., & Lukman, H. (2024). *Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko terhadap Penggunaan Mobile Banking*. 9(204), 3136–3147.
- Anwar, M. S., & Afiati, L. (2024). Niat Beralih Penggunaan Smartphone: Mengintegrasikan Kerangka Kerja Dorong-Tarik-Tambat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 1717–1734. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1218>
- Ashilah, F. D., Efendi, N. H., Havara, Y. F., Handayani, P. W., & Harahap, N. C. (2025). An Analysis of Factors Impacting Users' Choice of Freemium or Premium Services in a Mobile-Assisted Language Learning App. *Electronic Journal of E-Learning*, 23(1), 66–80. <https://doi.org/10.34190/ejel.23.1.3894>
- 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>
- BSI Buka Suara soal Gangguan M-Banking Nasabah. (2024). CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240706125748-78-1118293/bsi-buka-suara-soal-gangguan-m-banking-nasabah>
- 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>
- BYOND by BSI Super App Terbaru Dari Bank Syariah Indonesia Yang Bikin #SemuaJadiMudah. (2024). BSI. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking/parent/produk/byond-by-bsi>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Cantika, R., & Arianto, T. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Service IT Quality, Persepsi Risiko terhadap Behavior Intention*. 3, 310–324.
- 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>

- Clemes, M. D., Gan, C., & Zhang, D. (2010). Customer Switching Behaviour in the Chinese Retail Banking Industry. *International Journal of Bank Marketing*, 28(7), 519–546. <https://doi.org/10.1108/02652321011085185>
- Darmawan, P. D., Rawung, S. S., & Adam, A. A. (2025). *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Disiplin Kerja Dan Kinerja Pegawai Politeknik Pelayaran Sulawesi Utara*. 1148–1156.
- Davis, W. A. (1982). Mind Association A Causal Theory of Enjoyment. *Source: Mind, New Series*, 91(362), 240–256.
- Elizabeth, E. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Use yang di Mediasi Perceived Usefulness dan Perceived Enjoyment pada Pengguna E-Wallet GoPay. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 10(1), 1–16.
- Euglezyano, G., & Murtiasih, S. (2025). *Pengaruh Persepsi Persepsi Kemudahan Penggunaan , Persepsi Risiko , Persepsi Biaya Dan Positive Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BCA*. 29–52.
- Farquhar, J. D., & Rowley, J. (2009). Convenience: A services perspective. *Marketing Theory*, 9(4), 425–438. <https://doi.org/10.1177/1470593109346894>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., HUatgaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In *Yayasan Kita Menulis*. [https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa %2C Buku Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian.pdf](https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa%20Buku%20Dasar-dasar%20Statistika%20untuk%20Penelitian.pdf)
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & structural Equation Models*.
- Ghamry, S., & Shamma, H. M. (2022). Factors influencing customer switching behavior in Islamic banks: evidence from Kuwait. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 688–716. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0021>
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hokino, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research*. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Helda Sari, N., Iqbal Fasa, M., & Susanto, I. (2024). Pemahaman Nasabah Tentang Digital Banking dan Implikasinya bagi Kinerja Perbankan Syariah. *Jma*, 2(11), 3031–5220.

- Herliandis, D. (2023). Pengenalan Produk Digital Banking Sebagai Upaya Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Organisasi Pemuda Muhammadiyah Cabang Watukebo Ambulu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 95–108.
- Herliandis Shodiqin, D., & Rijal Arifin, S. (2021). Optimalisasi Penerapan Akad-Akad dalam Produk Digital Perbankan Syariah. *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 3(2), 64.
- Hidayat, F. (2023). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment on Customer Intentions to Move From Non-Digital Banks to Digital Banks. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 2(1), 51–64. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.0201-04>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Ikhsani, K., Catur Widayati, C., & Endah Retno Wuryandari, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 81–90. <https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.31>
- Jebarajakirthy, C., & Shankar, A. (2021). Impact of online convenience on mobile banking adoption intention: A moderated mediation approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(October 2020), 102323. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102323>
- Jiang, L. (Alice), Yang, Z., & Jun, M. (2013). Measuring consumer perceptions of online shopping convenience. *Journal of Service Management*, 24(2), 191–214. <https://doi.org/10.1108/09564231311323962>
- Kim, S., Choi, M. J., & Choi, J. S. (2019). Empirical study on the factors affecting individuals' switching intention to augmented/virtual reality content services based on push-pull-mooring theory. *Information (Switzerland)*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/info11010025>
- Kumar, R., Singh, R., Kumar, K., Khan, S., & Corvello, V. (2023). How Does Perceived Risk and Trust Affect Mobile Banking Adoption? Empirical Evidence from India. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su15054053>
- Liang, S., & Wei, Z. (2024). Understanding Users' App-Switching Behavior During the Mobile Search: An Empirical Study from the Perspective of Push-Pull-Mooring Framework. *Behavioral Sciences*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/bs14110989>

- Maimun, M., & Tzahira, D. (2022). Prinsip Dasar Perbankan Syariah. *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law*, 1(2), 125–142. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i2.878>
- Marthauli, M., Mirati, E., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Account*, 8(1), 1463–1471. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>
- Maureen Nelloh, L. A., & Purwanto Liem, C. C. (2012). Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 22–31. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.22-31>
- Mitchell, V. (1999). Consumer perceived risk: conceptualisations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1–2), 163–195. <https://doi.org/10.1108/03090569910249229>
- 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), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su15076018>
- 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>
- Mutaalimin, A. (2025). *Anda Tahu Wilayah Solo Raya? Berikut Ini Cakupan Wilayah dan Sejarahnya*. Disway Solo. <https://diswaysolo.id/2025/01/14/anda-tahu-wilayah-solo-raya-berikut-ini-cakupan-wilayah-dan-sejarahnya/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Panduan Penyelenggaraan Digital Branch. In *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch* (p. 5).
- Pengurus Baru Bidang KomLitDigi, Siap Membawa MES Surakarta Jadi Tren Setter Ekonomi Syariah Berbasis Digital. (2025). Febi Uin Said. https://febi.uinsaid.ac.id/pengurus-baru-bidang-komlitedigi-siap-membawa-mes-surakarta-jadi-tren-setter-ekonomi-syariah-berbasis-digital/?utm_source=chatgpt.com
- Phan, H. P., & Ngu, B. H. (2021). Perceived ‘optimal efficiency’: theorization and conceptualization for development and implementation. *Heliyon*, 7(1), e06042. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06042>
- Puspita. (2025). *QRIS Tap Mall Dorong Akselerasi Pembayaran Digital di Solo Raya, Transaksi Tembus 88,7 Juta*. Metta News Solo. <https://mettanews.id/qris-tap-mall-dorong-akselerasi-pembayaran-digital-di-solo-raya-transaksi-tembus-887-juta/>

- Ridho, N. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Ridwan, A. (2025). *Tren Volume Transaksi Mobile Banking di Indonesia Juni 2024-Juni 2025*. DataBoks.
- Saif, M. A. M., Hussin, N., Husin, M., Alwadain, A., & Chakraborty, A. (2022). *Determinants of the Intention to Adopt Digital-Only Banks in Malaysia : The Extension of Environmental Concern*. 1–32.
- Saputra, P. A., & Nugroho, A. (2017). Perancangan Dan Implementasi Survei Kepuasan Pengunjung Berbasis Web Di Perpustakaan Daerah Kota Salatiga. *JUTI: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*, 63–71. <https://doi.org/10.12962/j24068535.v15i1.a636>
- Seol, S., Lee, H., Yu, J., & Zo, H. (2016). Continuance usage of corporate SNS pages: A communicative ecology perspective. *Information and Management*, 53(6), 740–751. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.02.010>
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS4. *Borneo Novelty Publishing*.
- Setiawan, W., Sunaryo, D., & AR, K. (2022). Analisis Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Dompot Digital (Shopee Pay). *Digital Business Journal*, 1(1), 52. <https://doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6602>
- Shin, D. H. (2009). Determinants of customer acceptance of multi-service network: An implication for IP-based technologies. *Information and Management*, 46(1), 16–22. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.05.004>
- Sihombing, pardomuan robinson, Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Muhammad, I. (2024). *Aplikasi Smart PLS 4.0 untuk Statistisi Pemula*.
- Solo Raya Makin Digital! Transaksi QRIS Tembus Rp 96 Miliar, Bisnismu Masih Tunai? Solo Raya Makin Digital! Transaksi QRIS Tembus Rp 96 Miliar, Bisnismu Masih Tunai?* (2025). Interactive QRIS. <https://qris.interactive.co.id/homepage/blog-detail.php?lang=id&page=MTk3-solo-raya-makin-digital-transaksi-qris-tembus-rp-96-miliar-bisnismu-masih-tunai>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Pemahaman Komprehensif Perlaku Membolos Siswa. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research: Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(September), 110–116. https://doi.org/10.1163/9789004263925_015

- Susanto, S. A., Manek, M. V., Setiawan, R. A., & Mustikasari, F. (2023). Customer Experience in Digital Banking: The Influence of Convenience, Security, and Usefulness on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Indonesia. *Devotion : Journal of Research and Community Service*, 4(8), 1671–1685. <https://doi.org/10.59188/devotion.v4i8.544>
- Thaker, M. A. B. M. T., Pitchay, A. B. A., Thaker, H. B. M. T., & Amin, M. F. Bin. (2019). Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Ulya, F. N., Qoyyimah, Q., & Hana, K. F. (2022). Analysis Of Customer Interest and Satisfaction Toward BSI Mobile Banking Service. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.31958/ab.v2i2.6011>
- Utomo, S. B., Utami, E. Y., Wijaya, I., & Mulatsih, L. S. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Ekonomi dalam Penggunaan Dompot Digital. *Edunomika*, 8(1), 1–10.
- Wahyuningsih, E., & Yusnelly, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Dewan Pengawas Syariah terhadap Pengeluaran Zakat dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4.
- Wang, R., & Peters, M. (2025). Consumer Intention to Switch from Cash to Mobile Payment in Restaurants During and After Pandemic. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 26(1), 22–55. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2201696>
- Wardana, A. A., Saputro, E. P., Wahyuddin, M., & Abas, N. I. (2022). The Effect of Convenience, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Intention to Use E-Wallet (Empirical Study on Generation Z in Surakarta). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 218(Icoebs), 386–395.
- Widhiarso, W. (2010). *Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons ?* http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_respon_alternatif_tengah_pada_skala_likert.pdf
- Wirtz, J., Xiao, P., Chiang, J., & Malhotra, N. (2014). Contrasting the Drivers of Switching Intent and Switching Behavior in Contractual Service Settings. *Journal of Retailing*, 90(4), 463–480. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.07.002>

- 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>
- Ye, D., Liu, F., Cho, D., & Jia, Z. (2022). Investigating switching intention of e-commerce live streaming users. *Heliyon*, 8(10), e11145. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11145>
- Yuliyanti, T., & Champaca, M. (2024). *Analisis Switching Behavior Pengguna Produk Buy Now Pay Later Menggunakan Push Pull Mooring Framework*. 9(2).
- Yunita, E., & Munandar, J. M. (2023). The Influence of Push-Pull-Mooring Effects on E-Wallet Customer Switching in Generation Z in DKI Jakarta. *The South East Asian Journal of Management*, 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>

