

Nomor: 548/UN40.A7/PT.07/2024

**NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK
DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN *PUSH-PULL-MOORING***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun oleh:

Widya Nurfadilah

2008502

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM

FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN *PUSH-PULL-MOORING*

Oleh:

Widya Nurfadilah

2008502

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Widya Nurfadilah

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dengan
dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

Widya Nurfadilah, 2024

*NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-
PULL-MOORING*

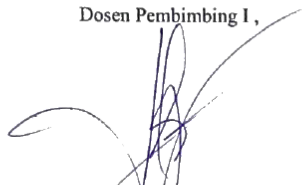
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Niat Beralih Nasabah dari Bank Syariah ke Bank Digital Syariah:
Pendekatan *Push Pull Mooring*
Penyusun : Widya Nurfadilah
NIM : 2008502
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Agustus 2024

Dosen Pembimbing I,



Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy
NIP. 920171219870710101

Dosen Pembimbing II,



Rida Rosida, B.S., M.Sc.
NIP. 198407302014042001

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. Aas Nurasyah, M.Si.
NIP. 198406072014042001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Niat Beralih Nasabah dari Bank Syariah ke Bank Digital Syariah: Pendekatan *Push-Pull-Mooring***" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Widya Nurfadilah

NIM. 2008502

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619,2002091,2002189 Fax. (022)2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 20 Agustus 2024
Nama Mahasiswa : Widya Nurfadilah
NIM : 2008502
Judul Skripsi : Niat Beralih Nasabah dari Bank Syariah ke Bank Digital Syariah:
Pendekatan *Push-Pull-Mooring*.

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.	
2.	Dr. H. Yayat Supriyatna, M.M.	
3.	Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.	

Bandung, Agustus 2024

Dosen Pembimbing I,

Dr. Juliana, M.E.Sy.

NIP. 920171219870710101

Dosen Pembimbing II,

Rida Rosida, B.S., M.Sc.

NIP. 198407302014042001

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.

NIP. 198406072014042001

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Widya Nurfadilah (2008502) “**Niat Beralih Nasabah dari Bank Syariah ke Bank Digital Syariah: Pendekatan *Push-Pull-Mooring***” dibawah bimbingan Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy. dan Rida Rosida, B.S., M.Sc.

ABSTRAK

Insiden serangan siber yang dialami oleh Bank Syariah Indonesia yang berdampak pada penurunan kepercayaan nasabah sehingga sebagian nasabah memilih untuk memindahkan uang mereka ke bank lain yang lebih terjamin keamanannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi niat nasabah untuk beralih dari bank syariah ke bank syariah digital, dengan fokus pada generasi Milenial dan Generasi Z di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan kerangka *Push-Pull-Mooring* untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong, menarik atau menghambat perilaku beralih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan desain deskriptif dan kausal. Populasi penelitian mencakup nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang tinggal di Jawa Barat, yang belum memiliki akun di bank syariah digital dan berasal dari Generasi Y dan Generasi Z. Sampel pada penelitian ini yaitu 237 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan perangkat *SmartPLS 4*. Hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel kualitas layanan dan kepercayaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan, sedangkan variabel daya tarik alternatif, dan norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah di kalangan generasi Y dan Z di Jawa Barat. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa biaya beralih memoderasi pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap niat beralih, tetapi tidak memoderasi pengaruh daya tarik alternatif.

Kata Kunci: Bank Digital Syariah, Niat Beralih, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Daya Tarik Alternatif, Norma Subjektif.

Widya Nurfadilah (2008502) "**Switching Intention Customer from Islamic Banks to Sharia Digital Banks: A Push-Pull-Mooring Approach**" under the guidance of Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy. and Rida Rosida, B.S., M.Sc.

ABSTRACT

The cyber attack incident experienced by Bank Syariah Indonesia which had an impact on decreasing customer trust so that some customers chose to move their money to another bank with more guaranteed security. The purpose of this study is to explore the intention of customers to switch from Islamic banks to digital Islamic banks, with a focus on the Millennial generation and Generation Z in West Java Province. This study uses the Push-Pull-Mooring framework to analyze the factors that encourage, attract or inhibit switching behavior. This study uses a non-experimental quantitative approach with a descriptive and causal design. The study population includes Bank Syariah Indonesia (BSI) customers living in West Java, who do not have an account in a digital Islamic bank and come from Generation Y and Generation Z. The sample in this study is 237 respondents. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) with SmartPLS 4 device. The results of this study found that the variables of service quality and trust had a negative and significant influence, while the variables of alternative attractiveness, and subjective norms had a positive and significant influence on the intention of customers to switch from Islamic banks to Islamic digital banks among generations Y and Z in West Java. The results also showed that switching costs moderated the influence of service quality and trust on switching intent, but did not moderate the influence of alternative attractiveness.

Keywords: *Digital Islamic Bank, Switching Intention, Service Quality, Trust, Alternative Attractiveness, Subjective Norms.*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamín, dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi-Nya yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Niat Beralih Nasabah dari Bank Syariah ke Bank Digital Syariah: Pendekatan *Push-Pull-Mooring***". Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, manusia teladan yang membawa cahaya kebenaran bagi seluruh alam.

Skripsi ini membahas mengenai niat beralih nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah. Dalam penelitian ini, digunakan variabel bebas berupa kualitas layanan, kepercayaan, daya tarik alternatif, dan norma subjektif yang dianalisis secara mendalam untuk memahami motivasi di balik keputusan nasabah. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan biaya beralih sebagai variabel moderator. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi praktisi perbankan syariah, khususnya dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi tren digitalisasi dan pergeseran perilaku nasabah.

Skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, keluarga, teman-teman serta semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi susunan kalimat, tata bahasa, maupun kedalaman isinya. Oleh karena itu, penulis dengan hati yang terbuka menerima segala saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan di masa mendatang.

Bandung, Agustus 2023

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan seluruh umat yang setia menjalankan ajarannya hingga akhir zaman.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai tantangan dan rintangan. Namun, berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, ketulusan hati, dan rendah hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam mendukung dan membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

1. Kepada Bapak Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy., selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas kesediaan Bapak untuk membimbing dengan tulus dan ikhlas. Semoga Bapak selalu berada dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, umur panjang, serta kemudahan dalam setiap urusan. Semoga segala kebaikan Bapak dibalas oleh Allah dengan berlipat ganda.
2. Kepada Ibu Rida Rosida, B.S., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini. Penulis sangat berterima kasih atas bimbingan, ilmu, dan waktu yang telah Ibu curahkan selama ini. Kesediaan Ibu untuk membimbing dengan tulus selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini sangat berarti bagi penulis. Semoga Ibu senantiasa berada dalam rahmat Allah, diberikan kesehatan, umur panjang, serta keberkahan dalam setiap langkah yang Ibu tempuh. Semoga segala kebaikan Ibu dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.
3. Kepada yang terhormat, Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, serta Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Pendidikan Indonesia. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan atas segala fasilitas dan dukungan yang diberikan selama penulis menempuh studi di kampus ini. Dukungan Bapak telah sangat berharga dalam perjalanan akademik penulis.

4. Kepada Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si., yang penulis hormati, selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan atas segala ilmu, waktu, tenaga, serta dukungan yang telah Ibu berikan. Berkat bimbingan dan motivasi yang Ibu berikan, penulis dapat menuntaskan studi dan meraih gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Semoga Ibu senantiasa berada dalam rahmat dan lindungan Allah, diberikan kesehatan yang paripurna, umur yang panjang, serta kemudahan dalam setiap langkah yang Ibu tempuh. Semoga segala kebaikan Ibu dibalas oleh Allah SWT dengan limpahan berkah dan kemudahan dalam setiap urusan.
5. Kepada kedua orangtua penulis, Bapak Ujang dan Ibunda Sri, dua sosok yang tak tergantikan dalam hidup penulis, yang telah merawat dan membesarkan penulis. Terima kasih yang tak terhingga atas segala bentuk dukungan, baik berupa doa, tenaga, waktu, maupun materi yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar Sarjana Ekonomi. Semoga Allah SWT senantiasa menganugerahkan kesehatan, umur yang panjang, dan keberkahan dalam setiap langkah hidup Bapak dan Ibu. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan dibalas oleh Allah dengan berlipat ganda, serta semoga Bapak dan Ibu senantiasa berada dalam lindungan-Nya, diberi kebahagiaan dunia dan akhirat.
6. Kepada Ibu Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si., yang telah menjadi Dosen Pembimbing Akademik penulis. Terima kasih atas segala waktu, nasihat, dan ilmu yang telah Ibu berikan sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan atas kesabaran Ibu dalam membimbing dan memberikan motivasi serta solusi dalam menghadapi berbagai tantangan akademik. Semoga Ibu senantiasa dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, umur panjang, serta keberkahan

dalam setiap langkah yang Ibu tempuh. Semoga segala kebaikan Ibu dibalas oleh Allah dengan berkah yang berlimpah.

7. Kepada Bapak Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rida Rosida, B.S. M.Sc., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.E.Sy., M.A., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Bapak Arya Haris, S.AB., M.E.Sy., Bapak Syaiful Muhammad Irsyad, B.BA, M.Sc., serta Bapak Mumuh Muhammad, S.E., M.A., yang merupakan dosen-dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam atas ilmu dan pelajaran hidup yang diberikan selama masa perkuliahan. Segala ilmu yang Bapak dan Ibu berikan sangatlah berarti dan bermanfaat hingga akhir perkuliahan ini. Semoga Bapak dan Ibu senantiasa dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, umur panjang, serta keberkahan dalam setiap langkah yang Bapak dan Ibu tempuh. Semoga segala kebaikan Bapak dan Ibu dibalas oleh Allah SWT dengan limpahan berkah.
8. Kepada Bapak Hamidin, selaku Staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam urusan administratif selama masa perkuliahan, khususnya dalam pembuatan surat-surat izin dan pengurusan keperluan sidang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan Bapak dengan berkah yang berlipat ganda.
9. Kepada Bapak M. Cecep Kurnia, yang selalu memberikan bimbingan, doa, dan motivasi selama penulis menyusun skripsi ini. Penulis sangat berterima kasih atas segala bentuk dukungan yang Bapak berikan.
10. Kepada saudara-saudara tercinta, Delia dan April, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan mendalam. Dukungan kalian dalam bentuk doa, waktu, serta bantuan materi telah menjadi pilar penting dalam perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran kalian yang senantiasa mendampingi penulis dalam setiap langkah sangatlah berarti. Semoga kalian selalu diberkahi dengan rezeki yang melimpah, kesehatan yang prima, serta

umur yang panjang. Semoga kebahagiaan senantiasa menyertai kalian di setiap langkah kehidupan.

11. Kepada sahabat-sahabat SMA "*Khomsatun People*" yaitu Inne, Helpi, Anggi, Ranti. Penulis sangat berterima kasih atas semangat dan dukungan yang kalian berikan selama proses penulisan skripsi ini. Kehadiran kalian telah menjadi sumber dukungan yang tak ternilai. Semoga Allah senantiasa menjaga dan mempererat tali persahabatan kita. Semoga kalian semua diberikan kebahagiaan yang berlimpah serta kemudahan dalam setiap langkah yang kalian tempuh di masa depan.
12. Kepada sahabat-sahabat kuliah yang luar biasa, "Sinterot": Adzkia, Allysa, Irena, Isfadilla, Rahma, Risma, Rizky, Ruslan, Syifa, dan Tiara. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan atas kebersamaan sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Kehadiran kalian yang senantiasa menghibur, menyemangati, membantu, dan menguatkan penulis selama masa perkuliahan ini sangat berarti. Semoga Allah selalu melindungi dan mempererat persahabatan kita. Semoga kalian semua diberikan kesuksesan dan kemudahan dalam setiap langkah yang kalian ambil ke depan.
13. Kepada keluarga besar Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam (IEKI) angkatan 2020, yang telah bersama penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini, penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam. Kehadiran dan dukungan kalian selama ini telah memberikan makna yang besar dalam perjalanan perkuliahan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesuksesan dan kebahagiaan yang berlimpah bagi kalian semua.
14. Kepada seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Partisipasi kalian sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang kalian berikan dengan berkah yang berlipat ganda.

15. *Last but not least*, untuk Widya Nurfadilah terima kasih telah bertahan dan berjuang hingga detik ini. Semoga setiap langkah ke depan diberikan kelancaran, kesehatan, dan kebahagiaan yang tiada henti.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	ii
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA TEORETIS DAN HIPOTESIS PENELITIAN	10
2.1 Telaah Pustaka.....	12
2.1.1 Teori <i>Push-Pull-Mooring</i>	12
2.1.2 Niat Beralih.....	14
2.1.3 Bank Digital Syariah.....	16
2.1.4 Konsep Kualitas Layanan	21
2.1.5 Konsep Kepercayaan	23
2.1.6 Konsep Daya Tarik Alternatif.....	26
2.1.7 Konsep Norma Subjektif	27
2.1.8 Konsep Biaya Beralih	29

2.2	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3	Kerangka Teoretis	40
2.3.1	Keterkaitan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beralih	40
2.3.2	Keterkaitan Kepercayaan Terhadap Niat Beralih	41
2.3.3	Keterkaitan Daya Tarik Alternatif Terhadap Niat Beralih	42
2.3.4	Keterkaitan Norma Subjektif Terhadap Niat Beralih	43
2.3.5	Keterkaitan Biaya Beralih Memoderasi Kualitas Layanan Terhadap Niat Beralih.....	44
2.3.6	Keterkaitan Biaya Beralih Memoderasi Kepercayaan Terhadap Niat Beralih.....	44
2.3.7	Keterkaitan Biaya Beralih Memoderasi Daya Tarik Alternatif Terhadap Niat Beralih.....	45
2.4	Kerangka Pemikiran	46
2.5	Hipotesis Penelitian	47
BAB III OBJEK, METODE , DAN DESAIN PENELITIAN.....		48
5.1	Objek dan Subjek Penelitian	48
5.2	Metode Penelitian.....	48
5.3	Desain Penelitian	48
5.4	Definisi Operasional Variabel	49
5.5	Populasi dan Sampel Penelitian	53
5.6	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	55
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6.2	Instrumen Penelitian	55
5.7	Teknik Analisis Data	61
3.7.1	Analisis Deskriptif	61

3.7.2	Analisis Partial <i>Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		70
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.2	Karakteristik Responden	73
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Wilayah	75
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	79
4.3.1	Gambaran Tingkat Variabel Kualitas Layanan	79
4.3.2	Gambaran Tingkat Variabel Kepercayaan.....	84
4.3.3	Gambaran Tingkat Variabel Daya Tarik Alternatif.....	88
4.3.4	Gambaran Tingkat Variabel Norma Subjektif.....	93
4.3.5	Gambaran Tingkat Variabel Biaya Beralih	97
4.3.6	Gambaran Tingkat Variabel Niat Beralih.....	102
4.4	Analisis Data dengan <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	107
4.4.1	Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (<i>Outer Model</i>).....	107
4.4.2	Pengujian Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	118
4.4.3	Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	122
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		137
5.1	Simpulan.....	137

5.2	Implikasi.....	141
5.3	Rekomendasi	145
	DAFTAR PUSTAKA	148
	DAFTAR LAMPIRAN.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Digital dengan Mobile Banking.....	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	55
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 3. 5 Kategori Skor Variabel	62
Tabel 4.2 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Kualitas Layanan	79
Tabel 4. 3 Kategori Variabel Kualitas Layanan untuk Skor Tiap Item Pertanyaa	81
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Item Variabel Tingkat Kualitas Layanan	81
Tabel 4.5 Kategori Total Skor Variabel Kualitas Layanan.....	82
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Kualitas Layanan Berdasarkan Jumlah Responden	82
Tabel 4. 7 Pemaknaan Kategori Variabel Kualitas Layanan	83
Tabel 4.8 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Kepercayaan	84
Tabel 4. 9 Kategori Variabel Kepercayaan untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	86
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Item Variabel Tingkat Kepercayaan.....	86
Tabel 4. 11 Kategori Total Skor Variabel Kepercayaan.....	86
Tabel 4. 12 Kategorisasi Variabel Kepercayaan Berdasarkan Jumlah Responden	87
Tabel 4. 13 Pemaknaan Kategori Variabel Kepercayaan.....	87
Tabel 4. 14 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Daya Tarik Alternatif	88
Tabel 4. 15 Kategori Variabel Daya Tarik Alternatif untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	90

Tabel 4.16 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Item Variabel Daya Tarik Alternatif	91
Tabel 4. 17 Kategori Total Skor Variabel Daya Tarik Alternatif	91
Tabel 4. 18 Kategorisasi Variabel Daya Tarik Alternatif Berdasarkan Jumlah Responden	92
Tabel 4. 19 Pemaknaan Kategori Variabel Daya Tarik Alternatif.....	92
Tabel 4. 20 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Norma Subjektif	93
Tabel 4. 21 Kategori Variabel Norma Subjektif untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	95
Tabel 4.22 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Item Variabel Norma Subjektif	95
Tabel 4. 23 Kategori Total Skor Variabel Norma Subjektif	96
Tabel 4. 24 Kategorisasi Variabel Norma Subjektif Berdasarkan Jumlah Responden	96
Tabel 4. 25 Pemaknaan Kategori Variabel Norma Subjektif.....	97
Tabel 4. 26 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Biaya Beralih.....	98
Tabel 4. 27 Kategori Variabel Biaya beralih untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	99
Tabel 4.28 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Item Variabel Biaya Beralih	100
Tabel 4. 29 Kategori Total Skor Variabel Biaya beralih	100
Tabel 4. 30 Kategorisasi Variabel Biaya Beralih Berdasarkan Jumlah Responden	101
Tabel 4. 31 Pemaknaan Kategori Variabel Biaya beralih	101
Tabel 4. 32 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Niat Beralih	102
Tabel 4. 33 Kategori Variabel Niat Beralih untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	104
Tabel 4.34 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Item Variabel Niat Beralih	105
Tabel 4. 35 Kategori Total Skor Variabel Niat beralih.....	105

Tabel 4. 36 Kategorisasi Variabel Niat beralih Berdasarkan Jumlah Responden	106
Tabel 4. 37 Pemaknaan Kategori Variabel Niat beralih	106
Tabel 4. 38 Nilai Outer Loadings.....	107
Tabel 4. 39 Hasil outer loadings setelah perbaikan.....	109
Tabel 4. 40 Nilai Average Varimance Extracted (AVE)	110
Tabel 4. 41 Nilai Cross Loadings.....	111
Tabel 4. 42 Nilai Fornell-Larcker criterion.....	113
Tabel 4. 43 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	114
Tabel 4. 44 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	114
Tabel 4. 45 Nilai Variance Inflation Factor (VIF)	118
Tabel 4. 46 Nilai R-Square.....	119
Tabel 4. 47 Nilai F-Square	119
Tabel 4. 48 Nilai Q-square (Q^2)	120
Tabel 4. 49 Path Coefficients	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Preferensi Masyarakat Muslim Indonesia Menggunakan Layanan Bank	2
Gambar 1.2 Nilai Transaksi Digital Banking.....	4
Gambar 2.1 Model Teori Push, Pull, Mooring	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3.1 Tahapan Pengujian SEM-PLS.....	63
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Wilayah.....	75
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan.....	78
Gambar 4. 7 Output Model Penelitian SEM-PLS	122
Gambar 4. 8 Output Model Penelitian SEM-PLS.....	123

DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, E. A., Calista, N., Muhtadiin, R. R., Handayani, P. W., & Larasati, P. D. (2023). User switching intention from E-marketplace to E-pharmacy: The Influence of push, pull, and mooring factors. *Informatics in Medicine Unlocked*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2023.101404>
- Afandi, M. A. (2020). Switching Intentions Among Millennial Banking Customers to Fintech Lending. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 3(2). <https://doi.org/10.18196/ijief.3230>
- Afshan, S., Sharif, A., Waseem, N., & Farooqi, R. (2018). Internet banking in Pakistan: An extended technology acceptance perspective. In *International Journal of Business Information Systems* (Vol. 27, Issue 3). <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2018.089863>
- Agung Nugroho Lutfi Imam Fahrudi, Anni Rahimah, & Wahyuningtiyas, N. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KETERSEDIAAN FITUR, NORMA SUBJEKTIF TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2). <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20677>
- Aisah, S., & Kurniawan, R. (2023). Exploring Bank Syariah Indonesia and It's Customers Perceptions of Cyber Attacks. *Jurnal Studi Ekonomi*, 14(2).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akyuwen, R. (2020). *LEBIH MENGENAL DIGITAL BANKING MANFAAT, PELUANG, DAN TANTANGAN* (P. Purwitorosari, Ed.). Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Aladin Bank. (2021, October 12). *MOU Aladin dan BPKH*. Aladinbank.Id. <https://aladinbank.id/mou-aladin-dan-bpkh/>
- ANTARA. (2023, May 29). *OJK dan Hijra Bank mendorong transformasi digital di BPRS*. Antaranews.Com. <https://www.antaraneews.com/berita/3562206/ojk-dan-hijra-bank-mendorong-transformasi-digital-di-bprs>

- Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan Validitas (4th ed.). In *Pustaka Pelajar* (Vol. 3, Issue 1).
- Bananuka, J., Kaawaase, T. K., Kasera, M., & Nalukenge, I. (2019). Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>
- Bank Jago Syariah. (n.d.). *Prinsip-Prinsip Syariah Bank Jago*. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.jago.com/id/syariah>
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). “Migrating” to new service providers: Toward a unifying framework of consumers’ switching behaviors. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 33, Issue 1, pp. 96–115). <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>
- Barid, M., Siswanto, S., & Masyhuri, M. (2021). EXPLORING ISLAMIC BANKING SWITCHING INTENTION. *El Dinar*, 9(1). <https://doi.org/10.18860/ed.v9i1.11637>
- bi.go.id. (2023, May 19). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP)*. Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Pages/SPIP-Mei-2023.aspx>
- 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). <https://doi.org/10.1177/0092070302250897>
- Chen, Y. H., & Keng, C. J. (2019). Utilizing the Push-Pull-Mooring-Habit framework to explore users’ intention to switch from offline to online real-person English learning platform. *Internet Research*, 29(1). <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2017-0343>
- Cheng, S., Lee, S. J., & Choi, B. (2019). An empirical investigation of users’ voluntary switching intention for mobile personal cloud storage services based on the push-pull-mooring framework. *Computers in Human Behavior*, 92. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.035>
- Chin, W. W., Chinn, W. W., & Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modelling. In Marcoulides G. A. (Ed.). *Modern Methods for Business Research*, 295(2).

- CNBC Indonesia. (2023, June 6). *Digital Bank Vs Bank Digital, Apa Sih Bedanya?* Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230606080819-17-443245/digital-bank-vs-bank-digital-apa-sih-bedanya>
- Creswell, J. . W., & Clark, V. Plano. L. (2018). Designing and Conducting Mix Method Research. In *Methodological Research* (Vol. 1st).
- Cupian, Valentino, U., & Noven, S. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02).
- Djusmin, V., & Dirgahayu, R. T. (2019). Push Pull Mooring dan Pyschological Ownership terhadap Perilaku Beralih Pengguna Instant Messaging. *Indonesian Journal of Information Systems*, 2(1). <https://doi.org/10.24002/ijis.v2i1.2013>
- Fan, L., Zhang, X., Rai, L., & Du, Y. (2021). Mobile payment: The next frontier of payment systems? - an empirical study based on push-pull-mooring framework. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(2). <https://doi.org/10.4067/S0718-18762021000200111>
- Faridah, S., & Jabbar, A. (2021). *Digital Banking: the rise of Islamic digital banks*. <https://www.temenos.com/news/2019/12/19/what-is-digital-banking/>;
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi kelima. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Firdausi, A. S. M., & Dharmmesta, B. S. (2023). The Effect of Push, Pull, and Mooring Factors on Customers' Switching Intention to Green Cosmetics. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 25(3). <https://doi.org/10.22146/gamaijb.69863>
- Firdiyanti, S. I., Abdillah, M., Prasetyoningrum, A. K., & Fuadi, N. F. Z. (2022). COMPETITION IN BUSINESS: ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CUSTOMERS SWITCHING INTENTION OF CONVENTIONAL BANKS TO ISLAMIC BANKS IN CENTRAL JAVA. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 8(2). <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v8i2.1992>

- Fitriani, R., Subagiyo, R., Nur Asiyah, B., & Sayyid Ali Rahmatullah. (2023). *Mitigating IT Risk of Bank Syariah Indonesia: A Study of Cyber Attack on May 8, 2023*. 15(1), 86–100. <https://doi.org/10.24235/amwal.v%vi%i.14124>
- Georgiou, M., Daskou, S., Anastasiou, A., & Siakalli, M. (2023). The effects of the theory of planned behaviour on the switching propensity of retail banking customers at different critical switching incidents. *International Journal of Bank Marketing*, 41(7). <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2022-0532>
- Geri Trian Zetta, Ida Nirwana, E. S. (2023). Pengaruh Mobile Banking, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Menabung Nasabah di Bank Nagari Kota Solok. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(1).
- Ghamry, S., & Shamma, H. M. (2022). Factors influencing customer switching behavior in Islamic banks: evidence from Kuwait. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3). <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0021>
- Ghojali, I., & Suryaman, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia : Studi Pada Masyarakat Kota Bandung. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3). <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.4555>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial*. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Guo, X., Zhang, X., & Sun, Y. (2016). The privacy-personalization paradox in mHealth services acceptance of different age groups. *Electronic Commerce Research and Applications*, 16. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.11.001>
- Hair et al. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc., Mi.
- Hamilton, A. (2019, October 21). *Islamic challenger bank insha launches in Germany*. Fintechfutures.Com. <https://www.fintechfutures.com/2019/10/islamic-challenger-bank-insha-launches-in-germany/>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., & Sukmana Juliana, D. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Hardiansyah, Z. (2023, May 17). *Kronologi Layanan BSI Eror, Down Berhari-hari dan “Dipalak” Hacker Ransomware Ratusan Miliar*. Kompas.Com.

- <https://tekno.kompas.com/read/2023/05/17/09010077/kronologi-layanan-bsi-eror-down-berhari-hari-dan-dipalak-hacker-ransomware?page=all#page2>
- Hardiyani, G., Kurnia, T., & Hasbi, S. (2018). PREFERENSI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM MEMILIH PAYROLL DI BANK SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 4(2). <https://doi.org/10.20473/jebis.v4i2.10693>
- Haron, R., Abdul Subar, N., & Ibrahim, K. (2020). Service quality of Islamic banks: satisfaction, loyalty and the mediating role of trust. *Islamic Economic Studies*, 28(1). <https://doi.org/10.1108/ies-12-2019-0041>
- Hati, S. R. H., Gayatri, G., & Indraswari, K. D. (2021). Migration (Hijra) to Islamic bank based on push–pull–mooring theory: a services marketing mix perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8). <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0157>
- Hidayatulloh, S. (2016). Internet of Things Bandung Smart City. *Jurnal Informatika*, 3(September).
- Hijra Bank. (n.d.). *Tentang Hijra Bank*. Retrieved August 27, 2024, from <https://hijra.id/>
- 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). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.010>
- Ida, I., Zaniarti, S., & Wijaya, G. E. (2020). FINANCIAL LITERACY, MONEY ATTITUDE, DAN FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR GENERASI MILENIAL. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.9144>
- Indahingwati A. (2019). Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia. In *CV Jakad Publishing, Surabaya*.
- Isnitahnia, M. E., Karnowahadi, K., & Nurkhayati, I. (2019). THE EFFECT OF PUSH, PULL AND MOORING FACTORS TO SWITCHING INTENTION OF POST-PAID ELECTRICAL CUSTOMER’S TO PREPAID ELECTRICAL. *JOBS (Journal Of Business Studies)*, 5(1). <https://doi.org/10.32497/jobs.v5i1.1674>
- Juliana, J., Limayurid, A. S., Adirestuty, F., Ridlwan, A. A., Rusmita, S. A., & Ismail, S. (2024). Intention to buy halal food through the ShopeeFood application on

- Generation Z Muslims. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
<https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2023-0120>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.018>
- KAINAT, A. H. (2023). Pengaruh Negatif E-WOM terhadap Ketidakpercayaan dan Niat Beralih Nasabah Bank Syariah ke Bank Konvensional. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 1(1).
- Kim, L., & Jindabot, T. (2021). KEY DETERMINANTS ON SWITCHING INTENTION IN CAMBODIAN BANKING MARKET. *ABAC Journal*, 41(2).
- Kukuh Pramudya, A., & Zaelina, F. (2023). Intention of Generation-Z for Switching to Islamic Banks in Banten Province: A Push-Pull Mooring Approach. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 02(2), 2023. <https://doi.org/10.14421/jbmi>
- L Suparto LM, A. R. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan Pada Hubungan Kausalitas Antara Kualitas Layanan Terhadap Niat Beralih (Studi Pada Pengunjung Hotel Fitra Majalengka). *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2.
- Lee, J. C., & Wang, J. (2023). From offline to online: understanding users' switching intentions from traditional wealth management services to mobile wealth management applications. *International Journal of Bank Marketing*, 41(2). <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2022-0345>
- Liao, J., Li, M., Wei, H., & Tong, Z. (2020). Antecedents of smartphone brand switching: a push-pull-mooring framework. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(7). <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2020-0397>
- Liao, Y. W., Huang, Y. M., Huang, S. H., Chen, H. C., & Wei, C. W. (2019). Exploring the switching intention of learners on social network-based learning platforms: A perspective of the push-pull-mooring model. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 15(9). <https://doi.org/10.29333/ejmste/108483>
- Lim, K. B., Yeo, S. F., & Tan, C. C. (2020). UNDERSTANDING USERS' SWITCHING INTENTION ON MOBILE WALLET. *Journal of Information*

- System and Technology Management*, 5(19).
<https://doi.org/10.35631/jistm.519002>
- Lo, M., & Santoso, A. S. (2019). Factors that determine users' switching intention from a debit/credit card to adopting E-wallet as a payment method. In *Interdisciplinary Approaches to Digital Transformation and Innovation*.
<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1879-3.ch007>
- Loh, X. M., Lee, V. H., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Dwivedi, Y. K. (2021). Switching from cash to mobile payment: what's the hold-up? *Internet Research*, 31(1). <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2020-0175>
- Lutpika, I., & Al-Banna, H. (2022). Switching Behaviour in Using Islamic Digital Banks in Indonesia: Push-Pull Mooring Model. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 5(2).
- Mai, X. T., & Nguyen, T. (2024). Switching behaviors in peer-to-peer mobile payment applications: the role of sociability. *Journal of Systems and Information Technology*, 26(1). <https://doi.org/10.1108/JSIT-05-2023-0082>
- 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). <https://doi.org/10.1108/SAJBS-06-2016-0049>
- Matondang, T. P., Prastawa, H., & Mahachandra, M. (2019). Pengaruh Faktor Push, Pull, Dan Mooring Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan. *Industrial Engineering Online Journal*, 8(2).
- Maulana, L., & Fitriana, N. (2023). Analisis dampak Insiden BSI Error dan Dugaan Hacking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Subang. 7(3), 1755–1768.
<https://doi.org/10.37274/rais.v7i3.899>
- 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).
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.22-31>

- Mawarni, R. (2021). Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2). <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i2.233>
- 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>
- Muflih, M., & Juliana, J. (2021). Halal-labeled food shopping behavior: the role of spirituality, image, trust, and satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8). <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0200>
- Munandar. (2014). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Niat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada Bank Aceh Syariah di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 3(2).
- Munawarah, H., & Yusuf, M. (2022). *BANK DIGITAL SYARIAH ANALISIS CYBER SECURITY MENURUT HUKUM POSITIF DI INDONESIA DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH* (Syauqi Mahendra, Ed.). PT. Borneo Development Project.
- Murti, A. P. U. & Tri R. (2021). Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2).
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 8(3).
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandy, A., & Al, E. (2020). Ragam Analisis dalam Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi. *Eesti Teadusliku Seltsi Rootsis : Aastaraamat. Annales Societatis Litterarum Estonicae in Svecia*, 11(4).
- Nayanajith, G., & Damunupola, K. A. (2018). Journal of Soft Computing in Civil Engineering Impact of Subjective Norms on E-Banking Adoption: A Multivariate Analysis ARTICLE INFO ABSTRACT. *Journal of Soft Computing in Civil Engineering*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.22115/SCCE>
- Nugroho, A. P., Asfahani, A., Sugiarto, F., HS, S., Setiono, A., & Sain, Z. H. (2023). Community Assistance in Utilizing Sharia-Based Digital Banking. *Amalee:*

- Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2).
<https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2948>
- Nurahmasari, M., Nur Silfiyah, S., & Haposan Pangaribuan, C. (2023). The Intention to Use Digital Banking Services among Gen Z in Indonesia Based on Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 5(1).
<https://doi.org/10.51353/jmbm.v5i1.692>
- Nurdin, S., & Putra, N. (2019). Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan dalam Menggunakan Kartu Pascabayar HALO. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(1).
- Nurul Izza, N., Herindar, E., & Akbar, N. (2024). A LESSON LEARNED FROM BSI ERROR SERVICE: A TWITTER TEXT MINING DATA APPROACH USING NVIVO TAHUN 2015-2018. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 8(1).
- Othman, A., & Owen, L. (2001). The multi dimensionality of carter model to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking industry: a study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan. In *Ojk* (Vol. 13, Issue April).
- Parasuraman, A. (2002). Service quality and productivity: A synergistic perspective. *Managing Service Quality: An International Journal*, 12(1).
<https://doi.org/10.1108/096045202104>
- Park, J., Yoo, J. W., Cho, Y., & Park, H. (2024). Understanding switching intentions between traditional banks and Internet-only banks among Generation X and Generation Z. *International Journal of Bank Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2023-0338>
- Populix. (2023, April). *Insight and Customer Perspective of Halal Industry in Indonesia*. Populix.Co. <https://info.populix.co/product/consumer-trend-report/download?report=2023-04-halal-industry>
- Pramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen. In *Widya Gama Press*.

- Quoquab, F., Mohammad, J., Yasin, N. M., & Abdullah, N. L. (2018). Antecedents of switching intention in the mobile telecommunications industry: A partial least square approach. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4). <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2017-0121>
- Qurniawati, R., Nurohman, Y., & Fatharani, A. (2022). Determinants of Customer Switching Intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 12(1). <https://doi.org/10.15642/elqist.2022.12.1.17-37>
- Redaksi. (2023, June 20). *Dampak Gangguan Jaringan BSI Terhadap Kepercayaan Masyarakat* Artikel ini telah tayang di sudutpandang.id dengan judul *Dampak Gangguan Jaringan BSI Terhadap Kepercayaan Masyarakat*. <https://sudutpandang.id/dampak-gangguan-jaringan-bsi-terhadap-kepercayaan-masyarakat/>
- Republika. (2022, February 24). *Bagaimana Agar Bank Digital Syariah Bisa Lebih Bersaing?* [Republika.Co.Id. https://ekonomi.republika.co.id/berita/r7rdzs383/bagaimana-agar-bank-digital-syariah-bisa-lebih-bersaing](https://ekonomi.republika.co.id/berita/r7rdzs383/bagaimana-agar-bank-digital-syariah-bisa-lebih-bersaing)
- Ronny, R., Ilfitriah, A. M., & Nurhadi, M. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENGGUNAKAN ELECTRONIC BANKING. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4485>
- Rusdiana, A., & LM, L. S. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan Pada Hubungan Kausalitas Antara Kualitas Layanan Terhadap Niat Beralih. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2). <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v2i2.1165>
- Sahban, H., Sekolah, D., Lasharan, T., & Makassar, J. (2016). PERAN KEPEMIMPINAN PEREMPUAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN DI INDONESIA. *Jurnal Imiah BONGAYA (Manajemen & Akuntansi)*, 1(1).
- Sanjaya, I. P. S. (2008). Analisis Pengaruh Sikap Komputer Dan Kegunaan Persepsian Terhadap Minat Perilaku Yang Dimoderasi Oleh Perbedaan Gender. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 1(1). <https://doi.org/10.20473/jmtt.v1i1.2358>

- Sari, A., & Yoseph Agus Bagus Budi N. (2023). FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILENIAL DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1). <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16132>
- Sari, B. F. N. E., & Aji, H. M. (2023). Niat Berpindah Nasabah yang Termigrasi Paksa ke Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 10(01). <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i1.4546>
- Sari, W. A., Fiorintari, F., & Ardhi, Q. (2023). Persepsi Generasi-Z Dalam Penggunaan Fintech Payment. *Eksos*, 19(1). <https://doi.org/10.31573/eksos.v19i1.509>
- Satria, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Switching Intention pada Nasabah Bank Panin Kota Sungai Penuh Periode Tahun 2016. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1). <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.80>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian Bisnis Edisi 6 Buku 2. In *Jakarta: Salemba Empat*.
- Setioputri, M. R., Gunawan, J., & Bramanti, G. W. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional yang Beralih ke Bank Syariah. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.55067>
- 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). <https://doi.org/10.1108/09564230010360182>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. In *Andi Offset*.
- Solikhawati, A., & Samsuri, A. (2023). Evaluasi Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber: Pergerakan Saham dan Kinerja. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10309>
- Sugandha, A. P., & Indarwati, T. A. (2021). Pengaruh Push, Pull, dan Mooring terhadap Switching Intention pada Konsumen Pengguna Wifi di Era Pandemi

- Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4).
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1537-1548>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta R & D*. Alfabeta.
 In *Alfabeta, CV* (Issue April).
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.014>
- Vargo, D., Zhu, L., Benwell, B., & Yan, Z. (2021). Digital technology use during COVID-19 pandemic: A rapid review. In *Human Behavior and Emerging Technologies* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.1002/hbe2.242>
- Vebiana, V. (2018). *Perbankan Digital , Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah*.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1). <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wagner, S. M., & Friedl, G. (2007). Supplier switching decisions. *European Journal of Operational Research*, 183(2). <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2006.10.036>
- Wahyudi, S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Memunculkan Distrust. *SISI LAIN REALITA*, 3(2). [https://doi.org/10.25299/sisilainrealita.2018.vol3\(2\).3721](https://doi.org/10.25299/sisilainrealita.2018.vol3(2).3721)
- Wijayanti, R. F., & Kusumawardhani, N. I. (2023). *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS Push, Pull, and Mooring Effects on E-Commerce Customer Switching Intention*. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i8-55>
- Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(2). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100170>
- World Population Review. (2024). *Indonesia Population Live 2024*. <https://worldpopulationreview.com/countries/indonesia-population>

- Wu, H. C., Cheng, C. C., & Hong, W. (2017). An empirical analysis of green convention attendees' switching intentions. *Journal of Convention and Event Tourism*, 18(3). <https://doi.org/10.1080/15470148.2017.1296393>
- Yani, T. E., Budiati, Y., Nusair, A. E., & Santoso, A. (2022). Impact of Service Quality, Customer Dissatisfaction and Variety-Seeking on Brand Switching Intention. *RELEVANCE: Journal of Management and Bussines* ■, 5(2).
- Yoon, C., & Lim, D. (2021). Customers' intentions to switch to internet-only banks: Perspective of the push-pull-mooring model. *Sustainability (Switzerland)*, 13(14). <https://doi.org/10.3390/su13148062>
- Yunita, E., & Mintarto Munandar, J. (2023). The Influence of Push-Pull-Mooring Effects on E-Wallet Customer Switching in Generation Z in DKI Jakarta. *Yunita & Munandar / The South East Asian Journal of Management SEAM* ©, 17(1), 1–27. <https://doi.org/10.21002/seam.v17i1.1177>
- Yusuf, H. G., & Ratnasari, A. (2022). PENGARUH PUSH PULL MOORING TERHADAP SWITCHING INTENTION PADA PENGGUNA APLIKASI VIDEO ON DEMAND DI MASA PANDEMI COVID-19. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 5(1). <https://doi.org/10.21927/ijubi.v5i1.2321>
- Yusuf, M., Sumarno, & Komarudin, P. (2022). BANK DIGITAL SYARIAH DI INDONESIA: TELAHAH REGULASI DAN PERLINDUNGAN NASABAH. In *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 13, Issue 2).
- Zakiy, M. (2019). *The Moderating Effect Of Switching Cost On The Influence Of Price And Service Quality Towards Switching Intention*.
- Zeithaml, V.A. Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1993). Delivering quality service; Balancing customer perceptions and expectations. *British Journal of Marketing Studies*, 3(3).