

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL
KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI *PUSH*, *PULL*,
DAN *MOORING***

SKRIPSI

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



oleh:

Disya Allifah Vakhroh

1806636

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL
KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI *PUSH, PULL,*
*DAN MOORING***

oleh:

Disya Allifah Vakhroh

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Disya Allifah Vakhroh

Universitas Pendidikan Indonesia

Juni 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang

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

Disya Allifah Vakhroh, 2022

*NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI
PUSH, PULL, DAN MOORING*

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Niat Beralih Nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah Berdasarkan Teori *Push, Pull, dan 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 ilmu 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, Mei 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Disya Allifah Vakhroh

NIM. 1806636

Disya Allifah Vakhroh, 2022

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI
PUSH, PULL, DAN MOORING**

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

LEMBAR PENGESAHAN DRAF SKRIPSI

Judul Skripsi : **NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK
KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH
BERDASARKAN TEORI *PUSH, PULL, DAN
MOORING***

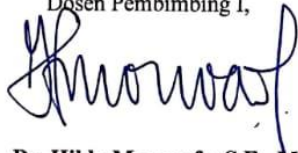
Penyusun : Disya Allifah Vakhroh

NIM : 1806636

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Juni 2022

Dosen Pembimbing I,



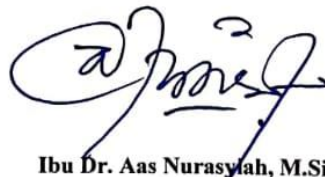
Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si.
NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,



Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc.
NIP. 920200119940524201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,



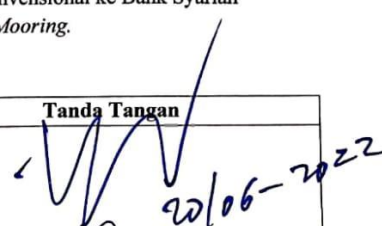

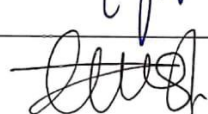
Ibu Dr. Aas Nurasyah, M.Si
NIP. 198406072014042001



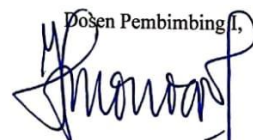
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 9 Juni 2022
Nama : Disya Allifah Vakhroh
NIM : 1806636
Judul Skripsi : Niat Nasabah Beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah
Berdasarkan Teori *Push*, *Pull*, dan *Mooring*.

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.	 20/06-2022
2.	Dr. Rozmita Dewi Yuniarti Rozali, M.Si.	
3.	Ripan Hermawan, SS., SH., MA.	

Bandung, Juni 2022

Dosen Pembimbing I,


Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., CFP.
NIP. 198406072014042001

Dosen Pembimbing II,


Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc
NIP. 920200119940524201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,



Dr. Aas Nurasyfah, M.Si
NIP. 198406072014042001

Disya Allifah Vakhroh (1806636) “Niat Nasabah Beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah Berdasarkan Teori *Push, Pull, dan Mooring*”, di bawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. dan Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari tingkat kepuasan nasabah, tingkat daya tarik alternatif, tingkat norma subjektif, dan tingkat religiositas terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan metode analisis SEM-PLS dan alat analisis yang digunakan adalah *SmartPLS*, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 320. Hasil penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat niat beralih, tingkat daya tarik alternatif, dan tingkat religiositas berada pada kategori tinggi. Sedangkan tingkat norma subjektif dan tingkat kepuasan nasabah berada pada kategori sedang. Selanjutnya, tingkat daya tarik alternatif dan tingkat religiositas berpengaruh positif terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Tingkat kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Namun, tingkat norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Implikasi dari penelitian ini adalah industri perbankan syariah dapat mempertimbangkan variabel kepuasan nasabah, religiositas, dan daya tarik alternatif dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Kata Kunci: Bank konvensional, Bank syariah, Niat beralih, Kepuasan nasabah, Daya tarik alternatif, Norma subjektif, Religiositas.

Disya Allifah Vakhroh (1806636) “*Customer Intentions to Switch from Conventional Banks to Islamic Banks Based on Push, Pull, and Mooring Theory*”, under the guidance of Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. and Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc.

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the effect of customer satisfaction, attractiveness of alternatives, subjective norms, and religiosity on the intention to switch customers from conventional banks to Islamic banks. The research method used is descriptive quantitative with SEM-PLS analysis method and the analytical tool used is SmartPLS, with a total sample of 320. The results of the research on descriptive analysis showed that the variables of switching intention, level of alternative attractiveness, and level of religiosity are at high category. While the subjective norm level variable and customer satisfaction level were in the medium category. In addition, the level of attractiveness of alternatives and the level of religiosity had a positive effect on the intention to switch customers from conventional banks to Islamic banks. The level of customer satisfaction had a negative effect on the intention to switch customers from conventional banks to Islamic banks. However, the level of subjective norms had no effect on the intention to switch conventional bank customers to Islamic banks. The implication of this research is that Islamic banking industry can consider the variables of customer satisfaction, religiosity, and attractiveness of alternatives in determining the right marketing strategy.

Keywords: *Conventional banks, Islamic banks, Intention to switch, Customer satisfaction, Attractiveness of alternatives, Subjective norms, Religiosity.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Niat Nasabah Beralih dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah Berdasarkan Teori *Push, Pull, dan Mooring***”. *Shalawat* serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., keluarganya, sahabatnya, dan juga para pengikutnya hingga akhir zaman. Aamiin.

Penulis sampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing, keluarga, dan juga teman-teman atas bimbingan, bantuan, dan dukungan dalam pembuatan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih banyak terdapat kekurangan. Namun, penulis berusaha untuk membuat skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak yang berkepentingan untuk memperbaiki skripsi ini. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga para pembaca merasakan manfaat dari skripsi ini. Aamiin.

Bandung, Maret 2022

Disya Allifah Vakhroh

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah *rabbi'l aalamiin*, segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat, nikmat, dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpah kepada baginda Nabi Muhammad *shalallahu 'alaihi wassalam*, begitu pula kepada keluarganya, sahabatnya, serta seluruh umat yang setia mengikuti ajarannya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, ketulusan, dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang saya hormati, Bapak Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. dan Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. selaku Dekan Fakultas Pendidikan ekonomi dan Bisnis yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus UPI.
2. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak memberikan inspirasi kepada penulis, membantu, mengarahkan, membimbing, dan memfasilitasi kelancaran studi sehingga penulis mampu menyelesaikan kewajibannya sebagai Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih banyak untuk segala perhatian dan perjuangannya dalam mengharumkan Prodi IEKI.
3. Ibu Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dalam penyusunan skripsi yang telah dengan ikhlas membina dan meluangkan waktu, ilmu, tenaga, wawasan, motivasi, serta dukungan moril dalam membimbing penulis hingga skripsi ini selesai. Semoga ibu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
4. Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, SE., MSc. selaku Dosen Pembimbing 2 dalam penyusunan skripsi yang telah dengan ikhlas membimbing dan meluangkan waktu, ilmu, tenaga, wawasan, motivasi, serta dukungan moril

- dalam membimbing penulis hingga skripsi ini selesai. Semoga ibu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
5. Ibu Rida Rosida, B.Sc., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama delapan semester. Terima kasih atas bimbingan, dukungan, motivasi, dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Semoga ibu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
 6. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd. M.Si., Ibu Aneu Cakhyanu, S.Pd. M.E.Sy., M.Sc., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., dan Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A. selaku dosen yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pengajaran yang sangat berharga bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi. Serta saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Lela dan Pak Hamidin selaku *Staff* Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah membantu penulis dalam mengurus surat-surat dan administrasi lainnya untuk keperluan akademik selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan.
 7. Orang tua penulis, yaitu Bapak Sena dan Ibu Rina yang senantiasa memberikan do'a, motivasi, didikan, nasihat, dukungan moril maupun materil, kasih sayang yang tulus, kehadiran yang selalu ada untuk penulis dalam keadaan suka maupun duka serta segala yang diberikan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terimakasih yang tak terhingga kepada Bapak dan Ibu atas semua yang telah diberikan kepada penulis sejak penulis dilahirkan hingga saat ini. Semoga Bapak dan Ibu selalu dilindungi, diberi kesehatan, keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
 8. Adik kandung penulis, yaitu Adinda Naiya Vakhroh dan Akvanya Vakhroh yang selalu menghibur dalam proses penyusunan skripsi serta selalu memberikan doa, dukungan, dan energi positif kepada penulis. Semoga kalian

semua selalu diberikan keberkahan, dilapangkan rezekinya, diberikan kesehatan serta kebahagiaan disetiap harinya.

9. Sahabat - sahabat seperjuangan dari awal masa perkuliahan yang selalu menemani, menjadi tempat berbagi cerita baik dalam keadaan suka maupun duka, memberi dukungan, memotivasi, menghibur dan menciptakan kenangan yang sangat indah di masa perkuliahan, yaitu Dwi Maghda Putri, Rafa Amara Dewi, Afifah Astari Nurwandi, Windi Ayu Kharisma, dan Aliya Ahya Shakina. Terima kasih banyak atas pertemanan yang telah terjalin selama 4 tahun ini dan sudah menjadi bagian dari cerita perjalanan penulis hingga saat ini. Banyak sekali cerita dan kenangan indah yang tidak akan penulis lupakan bersama kalian semua. *You guys deserve all the hugs I can give. May Allah bless you guys with lots of happiness.*
10. Sahabat-sahabat seperjuangan lainnya yang selama masa perkuliahan selalu menemani, memberikan penulis semangat, memotivasi, menjadi tempat berbagi cerita serta selalu bisa untuk menciptakan tawa, yaitu Desiana Nursyifa, Hasya Sydratul Ahda, dan Ida Purwati. Terimakasih sudah menjadi bagian dari cerita perjalanan penulis hingga sampai saat ini. Banyak sekali kenangan-kenangan yang menyenangkan bersama kalian semua. Semoga kalian semua selalu diberikan kesehatan serta kebahagiaan di setiap harinya.
11. Terima kasih untuk Teh Nispi Amalia Adila yang selalu memberikan energi positif, meluang waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan tentang penulisan skripsi ini, serta memberikan motivasi bagi penulis untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak atas bimbingan dan arahan yang tete berikan. Semoga tete dilimpahkan keberkahan, kebahagiaan, dan dilancarkan segala urusannya.
12. Terima kasih untuk Sandra, Ajeng, Ismi, Adel, Liani, Ipan, dan Kang Gian yang telah meluang waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan tentang penulisan skripsi ini. Semoga kalian semua dilimpahkan keberkahan, kebahagiaan, serta dilancarkan segala urusannya.
13. Keluarga besar Departemen KOMINFO Tahun 2019 yang telah mengajarkan hal-hal baru bagi penulis, menciptakan pengalaman, pembelajaran, dan

kenangan yang menyenangkan selama masa organisasi. Semoga kalian semua dilimpahkan keberkahan, kebahagiaan serta dilancarkan segala urusannya.

14. Keluarga besar Departemen EDUPROF Tahun 2020 yang telah mengajarkan hal-hal baru bagi penulis, menciptakan pengalaman, pembelajaran, dan kenangan yang menyenangkan selama masa organisasi. Semoga kalian semua dilimpahkan keberkahan, kebahagiaan, serta dilancarkan segala urusannya.
15. Keluarga besar IEKI khususnya angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Terimakasih karena telah memberikan banyak kenangan, pelajaran, dan cerita yang berharga selama 4 tahun perkuliahan ini. Sukses selalu untuk kalian semua. Semoga kalian semua bahagia di dunia maupun akhirat.
16. Sahabat - sahabat SMAN 6 CIMAHI yang hingga saat ini selalu kebersamaai penulis, menghibur, memberi dukungan, dan menjadi tempat berbagi cerita, yaitu Karina Febrisa, Febilia Anisa, Mitha Hasna, Putri Nadya Septiani, Abdul Aziz, dan Rian Andrian. Terima kasih atas kebersamaannya selama ini. Semoga kalian semua selalu diberikan kesehatan serta kebahagiaan disetiap harinya.
17. Seluruh keluarga dan pihak yang telah membantu serta mendoakan penulis yang tentunya tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak atas segala doa dan bantuannya.

Penulis sangat berterima kasih yang sebesar-besarnya pada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan berupa doa, nasihat, semangat, dan senantiasa membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. *Jazakumullah Khairon Katsiran*. Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan sebaik-baiknya balasan dunia maupun akhirat yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Teori PPM (<i>Push-Pull-Mooring</i>).....	12
2.1.2 Konsep Niat beralih	13
2.1.3 Konsep Tingkat Kepuasan Nasabah	15
2.1.4 Konsep Tingkat Daya Tarik Alternatif	17
2.1.5 Konsep Tingkat Norma Subjektif	19
2.1.6 Konsep Tingkat Religiositas	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian	38
2.3.1 Keterkaitan Kepuasan Nasabah terhadap Niat beralih	38
2.3.2 Keterkaitan Daya Tarik Alternatif terhadap Niat Beralih.....	39
2.3.3 Keterkaitan Norma Subjektif terhadap Niat Beralih.....	40
2.3.4 Keterkaitan Religiositas terhadap Niat Beralih	41
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN	44
3.1 Objek Penelitian	44

3.2	Metode Penelitian.....	44
3.3	Desain Penelitian.....	44
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.5	Populasi dan Sampel.....	48
3.6	Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.2	Instrumen Penelitian.....	50
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.8	Teknik Analisis Data.....	55
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	55
3.8.2	Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Gambaran Umum Bank Konvensional dan Bank Syariah.....	63
4.1.1	Bank Central Asia.....	65
4.1.2	Bank Syariah Indonesia.....	65
4.2	Karakteristik Responden.....	66
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per-Bulan.....	69
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Responden Menjadi Nasabah Bank Konvensional.....	70
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	71
4.3	Hasil Penelitian Deskriptif.....	71
4.3.1	Tingkat Kepuasan Nasabah (X1).....	72
4.3.2	Tingkat Daya Tarik Alternatif (X2).....	78
4.3.3	Tingkat Norma Subjektif (X3).....	83
4.3.4	Tingkat Religiositas (X4).....	89
4.3.5	Niat Beralih (Y).....	94

4.4	Analisis Data dengan <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	99
4.3.1	Pengujian <i>Outer</i> Model (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif)	100
4.4.1	Pengujian <i>Inner</i> Model (Evaluasi Model Struktural).....	104
4.4.2	Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	108
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		116
5.1	Simpulan.....	116
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	116
DAFTAR PUSTAKA		121
LAMPIRAN.....		136

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan <i>Market Share</i> Bank Syariah di Indonesia	3
Tabel 1.2	Persentase Pertumbuhan Nasabah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	45
Tabel 3.2	Skala Pengukuran.....	51
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	51
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.1	Jumlah Bank dan Kantor Bank di Indonesia Tahun 2021	63
Tabel 4.2	Jumlah Jaringan Bank Umum Konvensional dan Syariah Menurut Kelompok di Wilayah Jawa Barat Tahun 2016	64
Tabel 4.3	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Kepuasan Nasabah	72
Tabel 4.4	Kategori Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	75
Tabel 4.5	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah	75
Tabel 4.6	Kategori Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah untuk Skor Variabel	76
Tabel 4.7	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah Tiap Responden	76
Tabel 4.8	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah	77
Tabel 4.9	Rata-Rata Skor Berdasarkan Responden pada Variabel Tingkat Daya Tarik Alternatif.....	78
Tabel 4.10	Kategori Variabel Tingkat Daya Tarik Alternatif untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	80
Tabel 4.11	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Daya Tarik Alternatif	81
Tabel 4.12	Kategori Variabel Tingkat Daya Tarik Alternatif untuk Skor Variabel	82
Tabel 4.13	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Daya Tarik Alternatif Tiap Responden.....	82
Tabel 4.14	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Daya Tarik Alternatif	83
Tabel 4.15	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Norma Subjektif.....	83
Tabel 4.16	Kategori Variabel Tingkat Norma Subjektif untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	86
Tabel 4.17	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Norma Subjektif	86

Tabel 4.18	Kategori Variabel Tingkat Norma Subjektif untuk Skor Variabel	87
Tabel 4.19	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Norma Subjektif Tiap Responden	88
Tabel 4.20	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Norma Subjektif	88
Tabel 4.21	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Religiositas.....	89
Tabel 4.22	Kategori Variabel Tingkat Religiositas untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	92
Tabel 4.23	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Religiositas	92
Tabel 4.24	Kategori Variabel Tingkat Religiositas untuk Skor Variabel	93
Tabel 4.25	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Religiositas Tiap Responden	93
Tabel 4.26	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Religiositas	94
Tabel 4.27	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden Pada Variabel Niat Beralih	94
Tabel 4.28	Kategori Variabel Tingkat Niat Beralih Untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	97
Tabel 4.29	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Niat Beralih	97
Tabel 4.30	Kategori Variabel Tingkat Niat Beralih untuk Skor Variabel	98
Tabel 4.31	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Niat Beralih Tiap Responden ...	98
Tabel 4.32	Pemaknaan Kategori Variabel Niat Beralih.....	99
Tabel 4.33	Nilai <i>Outer Loading</i> dan <i>Average Variance Extraction (AVE)</i>	100
Tabel 4.34	Nilai <i>Cross Loading</i>	102
Tabel 4.35	Nilai <i>Fornell Lacker Criterion</i>	102
Tabel 4.36	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	103
Tabel 4.37	Nilai <i>R-Square</i>	104
Tabel 4.38	Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	105
Tabel 4.39	Nilai <i>F-Square</i>	106
Tabel 4.40	Hasil Uji Hipotesis	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Bisnis Bank Syariah dan Bank Konvensional	1
Gambar 1.2	<i>Market Share</i> Bank Syariah dan Bank Konvensional Tahun 2020..	3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	43
Gambar 3.1	Tahapan Pengujian PLS-SEM.....	57
Gambar 4.1	Logo Bank Central Asia.....	65
Gambar 4.2	Logo Bank Syariah Indonesia	65
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan Per Bulan	69
Gambar 4.8	Masa Responden Menjadi Nasabah Bank Konvensional.....	70
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	71
Gambar 4.10	<i>Ouput Model</i> Penelitian SEM-PLS	108

DAFTAR PUSTAKA

- Adirestuty, F., Ramdiana, M. R., Rahayu, A., Hilda, Monoarfa, Bahtar, A. Z. Binti, & Bin, Z. Bin A. N. M. (2021). *Are Non-Muslim Consumers Interested in Foods with the Halal Label? Advances in Economics, Business and Management Research*, 187, 685–699. doi: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.132>
- Alinea.Id. (2020). *Kinerja Moncer Kala Pandemi, Perbankan Syariah Jangan Berpuas Diri*. Diakses dari <https://www.alinea.id/bisnis/moncer-kala-pandemi-perbankan-syariah-jangan-berpuas-diri-b1ZVs9xZ8>.
- Alitakrim, S. N., Monoarfa, H., & Firmansyah. (2021). *Analysis of the Influence of Islamic Branding, Halal Awareness and Product Quality on the Purchase Decision of Soka Brand Halal Socks. Review of Islamic Economics and Finance (RIEF)*, 4(2), 102–121.
- Ananda, D. R., Hartini, S., & Andria, F. (2021). Implementasi Aplikasi *Fintech* Adiraku dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Menggunakan Data Mining. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 6(3).
- Anggraeni, R. (2021). Kinerja Bank Syariah Lebih Moncer Ketimbang Konvensional di Era Pandemi. Kok Bisa?. Diakses dari <https://finansial.bisnis.com/read/20211115/231/1466159/kinerja-bank-syariah-lebih-moncer-ketimbang-konvensional-di-era-pandemi-kok-bisa>.
- Ariyanto, D. (2017). Pengaruh *Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control* terhadap *Repurchase Intention E-Money*. *Sumber*, 90(848).
- Auzar, S. R., & Tyastuti, F. E. N. (2021). Efek Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Prodia Widyahusada Cabang Batam. *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (SI) Universitas Batam*, 11(1), 63–68. doi: <https://doi.org/10.37776/zuang.v11i1.768>
- Aziz, A. (2021). Ada 6 Generasi di Indonesia, Anda Masuk Mana? *Investor.Id*. <https://doi.org/https://investor.id/business/234576/ada-6-generasi-di-indonesia-anda-masuk-mana>
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. St. (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. doi: doi.org/10.1177/0092070304267928

- Basri, Y. M. (2015). Pengaruh Dimensi Budaya dan Religiusitas terhadap Kecurangan Pajak. *Akuntabilitas*, 8(1), 61–77.
- Bhudiharty, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata *Farmhouse* Lembang. *Management and Accounting Expose*, 2(1), 10–20. doi: <https://doi.org/10.36441/mae.v2i1.93>
- Calvo-Porrá, Cristina, & Lévy-Mangin, J.-P. (2015). *Switching Behavior and Customer Satisfaction in Mobile Services: Analyzing Virtual and Traditional Operators*. *Computers in Human Behavior*, 49, 532–540. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.057>
- Candrawati, T., & Kusnawati, A. (2021). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Compatibility* dan *Subjective Norm* terhadap Penggunaan *E-Money* (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D3 Akuntansi Manajemen Semester 1 Politeknik Negeri Malang). *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial*, 3(1).
- Cao, J., Liu, F., Shang, M., & Zhou, X. (2021). *Toward Street Vending in Post Covid-19 China: Social Networking Services Information Overload and Switching Intention*. *Technology in Society*, 66. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101669>
- 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. doi: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.06.002>
- Clemes, M. D. C. G., & Ren, M. (2011). *Synthesizing the Effects of Service Quality, Value, and Customer Satisfaction on Behavioral Intentions in the Motel Industry: An Empirical Analysis*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(4), 530–568. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348010382239>
- Dar, W. M., & Xiongying, N. (2021). *Understanding the Determinants of Restaurant Switching Intentions: The Utilization of Push-Pull-Mooring Framework*. *International Journal of Science and Business*, 5(4), 166–179.
- Erviana, M. I., Karnowahadi, K., & Nurkhayati, I. (2019). *The Effect of Push, Pull and Mooring Factors to Switching Intention of Post-Paid Electrical Customer's to Prepaid Electrica*. *JOBS (Journal of Business Studies)*, 5(1), 37–50. doi: <http://dx.doi.org/10.32497/jobs.v5i1.1674>
- Fakhriyadi, M., & Unti Ludigdo. (2016). Pengaruh Religiusitas Budaya Etis Organisasi, dan Gaya Hidup terhadap Fraud di Tempat Kerja. *Jurnal IJCC*.
- Fan, L., Zan, 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), 155–169. doi: [doi.Org/10.4067/S0718-18762021000200111](https://doi.org/10.4067/S0718-18762021000200111)

- Farrel, J. (2021). *Penggunaan Bank Digital di Tangan Milenial*. Kompas.Com. Diakses dari <https://Money.Kompas.Com/Read/2021/12/22/101958126/Penggunaan-Bank-Digital-Di-Tangan-Milenial?Page=All>
- Fasiri, M. J. Al. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Melalui Tingkat Pendidikan Dampaknya pada Minat Menabung Rumah Tangga Masyarakat Muslim. *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 73 – 94.
- Fatwa, N. (2017). Persaingan Perbankan Berdasarkan Jenis Bank di Indonesia. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 14(4).
- Fauzan, M., & Engriani, Y. (2021). *The Moderating Effect of Switching Cost on the Influence of Social Influence and Price towards Switching Intention*. *Marketing Management Studies*, 1(2), 78–86.
- Fuji Pratiwi. (2021). *Kementerian Keuangan Beri Ruang Payroll ASN di Bank Syariah*. Republica.Co.Id. Diakses dari <https://Www.Republika.Co.Id/Berita/Qxctde457/Kementerian-Kuangan-Beri-Ruang-Payroll-Asn-Di-Bank-Syariah>
- García, I. S., & Curras-Perez, R. (2019). *Is Satisfaction a Necessary and Sufficient Condition to Avoid Switching? The Moderating Role of Service Type*. *European Journal of Management and Business Economics*, 29(1), 54–83. doi: [https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1108/Ejmbe-02-2018-0035](https://doi.org/10.1108/Ejmbe-02-2018-0035)
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares : Regression & Structural Equation Models*. Statistical Associates Publishing.
- Ghasrodashti, K. (2018). *Explaining Brand Switching Behavior Using Pull–Push–Mooring Theory and the Theory of Reasoned Action*. *Journal of Brand Management*, 25(4), 293–304.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Ed. 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, S. M. R. 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*, 9(2), D250–D255. doi: <http://dx.doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.55067>

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

- Guo, J., Shan, S., Wang, Y., & Khan, Y. A. (2021). *Analyzing Chinese Customers' Switching Intention of Smartphone Brands: Integrating the Push-Pull-Mooring Framework. Discrete Dynamics in Nature and Society*. doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2021/6660340>
- 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*, 55–65.
- Hamidiana, Z., Meidiana, C., & Heddy, S. (2016). Model Struktural *Partial Least Square* Karakteristik Masyarakat terhadap Kuantitas dan Kualitas Mata Air (Studi Kasus Desa Gunungsari Kota Batu). *J-Pal, 7*(2), 104–111.
- Handoko, M. Y. T., Timan, A., & Kusumaningrum, D. E. (2018). Hubungan Penerapan Etika Perkantoran dan Sikap Pelayanan Prima Tenaga Administrasi Sekolah dengan Kepuasan Peserta Didik. *JAMP: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan, 1*(1), 96–106. doi: <http://dx.doi.org/10.17977/um027v1i12018p96>
- Harahap, M. A., & Aden, S. (2021). Bahasa dalam Komunikasi Gender. *Jurnal Profesional Fis Unived, 8*(2).
- Hartono, K., & Wahyono. (2018). *The Influence of Satisfaction, Variety Seeking and Alternative Attractiveness to Switching Behaviour through Switching Intentions. Management Analysis Journal, 7*(3), 340–351. doi: <https://doi.org/10.15294/maj.v7i3.24958>
- Hartono, K., & Wahyono, W. (2017). *The Influence of Satisfaction, Variety Seeking and Alternative Attractiveness to Switching Behaviour through Switching Intentions. Management Analysis Journal, 7*(3). doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/Maj.V7i3.24958>
- Hartono□, K., & Wahyono. (2018). *The Influence of Satisfaction, Variety Seeking, and Alternative Attractiveness to Switching Behaviour through Switching Intentions. Management Analysis Journal, 7*(3).
- Hasan, H. N., & Suciarto, S. (2020). *The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control towards Organic Food Purchase Intention. Journal of Management and Business Environment (JMBE, 1*(2), 132–153.
- Hastjarja, Kustijana D., & Boenawan., I. C. (2018). Benarkah Niat Beralih Dipengaruhi oleh Kewajaran Harga, *Inconvenience*, dan Atribut Produk Baru dengan Biaya Beralih sebagai Moderasi. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia, 1*(2), 94–105. doi: <https://doi.org/10.26805/jmkli.v1i2.10>
- Hatmawan, & Andhita, A. (2017). Pengaruh Pendapatan dan Suku Bunga Konvensional pada Perilaku Menabung Nasabah Bank Syariah dengan

Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian LPPM Universitas PGRI Madiun*.

Heny Herawati. (2019). Strategi Korporasi dalam Menghadapi Pengaruh Perubahan Prilaku Konsumen terhadap Minat Tarik Tunai di ATM. *Commerce Jurnal Ilmiah*, 7(1), 22–42.

Hidayat, Anas. (2021). *Model of the Consumer Switching Behavior Related to Healthy Food Products*. *Sustainability*, 13(6).

Hidayat, Anas, Ishak, G. G. Z. A., & Ekasasi., S. R. (2019). *Predictor of Switching Intention on Healthy Food Business: Theory of Planned Behavioral Approach*. *International Conference on Business, Economy, Entrepreneurship and Management*, 57–64. doi: <https://doi.org/10.5220/0009961300570064>

Hidayat, Angga, & Sadewa, P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Eviews* terhadap Sikap Belajar dan Kemampuan Pemecahan Masalah Statistik. *Jurnal BasicEdu*, 4(1), 151–164. doi: <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v4i1.253>

Himawan, & Tunjungsari, H. K. (2018). Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Produk Makanan terhadap Minat Beli Restoran Vegetarian dengan Variabel Moderasi Religiusitas di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6), 60–67. doi: [10.24912/jmbk.v2i6.4909](https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i6.4909)

Hino, H. (2017). *Does Switching-Intention Result in a Change in Behaviour? Exploring the Actual Behavioural Shopping Patterns of Switching-Intended Customers*. *British Food Journal*. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/BFJ-12-2016-0622>

Hou, Chem, & Chen. (2011). *Migrating to a New Virtual World': Exploring Mmorpq Switching through Human Migration Theory*. " *Computers in Human Behavior*. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1892–1903. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.04.013>

Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan Smartpls 3.0 (Modul Ajar)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Hussein, S. A. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan Smartpls 3.0*. Universitas Brawijaya.

Indonesia, B. S. (2021). *BSI di Daulat sebagai the Strongest Islamic Bank 2021*. www.bankbsi.co.id. Diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-didaulat-sebagai-the-strongest-islamic-bank-2021>

Indonesia, R. B. (2022). *Profil Perusahaan BCA*. [Responsibank.Id](https://responsibank.id). Diakses dari [https://responsibank.id/banks/bank/bca/#:~:Text=Profil Perusahaan, Inti Diatas 30 Triliun Rupiah](https://responsibank.id/banks/bank/bca/#:~:Text=Profil%20Perusahaan,%20Inti%20Diatas%2030%20Triliun%20Rupiah).

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

Iskamto, D., & Yulihardi. (2017). Analisis Peranan Religiusitas terhadap Kepercayaan kepada Perbankan Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 205–214.

Islamic Financial Services Board. (2020). *IFSI Stability Report 2020*.

Isniahnia, M. E., Karnowahadi, & Nurkhayati., I. (2019). *The Effect of Push, Pull and Mooring Factors to Switching Intention of Post-Paid Electrical Customer's to Prepaid Electrical*. *JOBS (Jurnal of Business Studies)*, 5(1), 37–50. doi: <http://dx.doi.org/10.32497/jobs.v5i1.1674>

Jaenudin, U., & Tahrir, T. (2019). Studi Religiusitas, Budaya Sunda, dan Perilaku Moral pada Masyarakat Kabupaten Bandung. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 2(1), 1–8.

Jannah, A. M., & Widodo, A. (2018). Pengaruh Persepsi Bank Syariah di Indonesia terhadap *Customer Switching Intention* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Mediator. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 1, 41–50. doi: <https://doi.org/10.31104/jsab.v2i1.27>

Jannah, N. A. Al. (2021). *Profil PT Bank Syariah Indonesia Tbk*. DataIndonesia.Id. Diakses dari <https://DataIndonesia.Id/Arsip/Detail/Profil-Pt-Bank-Syariah-Indonesia-Tbk>

Jishim, J., Han, H., & Oh, M. (2017). *Travelers' Switching Behavior in the Airline Industry from the Perspective of the Push-Pull-Mooring Framework*. *Tourism Management*, 59, 139–153. doi: <https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1016/J.Tourman.2016.07.018>

Jones, M., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2000). *Switching Barriers and Repurchase Intentions in Services*. *Journal of Retailing*, 76(2), 259–274. doi: [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00024-5](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00024-5)

Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.

Julian, & Marlina, R. (2016). Preferensi Nasabah Memilih Bank Syariah Dilihat dari Aspek Karakteristik Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 48–62. doi: <https://doi.org/10.34308/eqien.v3i2.27>

Kelana, P. (2020). *Pendidikan Mempengaruhi Pola Pikir: Sebuah Paradigma*. Meidum.Com. Diakses dari <https://Medium.Com/@Maharanybrginting/Pendidikan-Mempengaruhi-Pola-Pikir-Sebuah-Paradigma-19503086637d>.

KNEKS. (2020). *Insight Buletin Ekonomi Syariah (Trend Konversi ke Bank Syariah, Tingkatkan Efisiensi dan Produktivitas Bisnis)*.

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

- KNEKS. (2021). *Optimalisasi Payroll ASN dan Pegawai BUMN melalui Bank Syariah*. KNKS.Go.Id.
- Kurniawan, J. Y., Malelak, M. I., & Astuti, D. (2020). Pengaruh *Attitude, Subjective Norm, Past Behavior, dan Perceived Control* terhadap *Budgeting Intention* Mahasiswa di Surabaya. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(1), 21–29. doi: <https://doi.org/10.9744/ijfis.1.1.21-29>
- Kustiani, R. (2021). *Bapak dan Ibu Guru Mesti Tahu Cara Asyik Belajar Versi Gen Z*. Gaya.Tempo.Co. Diakses dari <https://gaya.tempo.co/read/1523901/bapak-dan-ibu-guru-mesti-tahu-cara-asyik-belajar-versi-gen-z>.
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Social Influence* terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Online Food Delivery Service*. *Jurnal Perspektif*, 18(2), 176–180.
- Kusumadewi, R. (2016). Perilaku Pemilihan Merek antara Pria dan Wanita: Penelitian pada Industri *Smartphone*. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 8(2). doi: [10.24235/amwal.v8i2.1619](https://doi.org/10.24235/amwal.v8i2.1619)
- Laoli, N. (2021). *Bank Central Asia (Bbca) Layani 46 Juta Transaksi Nasabah Per Hari*. Kontan.co.id. Diakses dari <https://Keuangan.Kontan.co.id/News/Bank-Central-Asia-Bbca-Layani-46-Juta-Transaksi-Nasabah-Per-Hari>
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2021). *Data Distribusi Simpanan*.
- Liputan6.Com. (2020). *Bank harus Jadikan Generasi Milenial Target Nasabah Utama*. Liputan6.Com. Diakses dari <https://Www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/4410935/Bank-Harus-Jadikan-Generasi-Milenial-Target-Nasabah-Utama>
- Liu, J., & Lee, J. (2020). *Factors Analysis Influencing the Switching Intention of Chinese Mobile Games based on Push-Pull-Mooring Model*. *Journal of Information Technology Applications and Management*, 27(5), 49–68. doi: <https://doi.org/10.21219/jitam.2020.27.5.049>
- Mannan, M., Mohiuddin, & Chowdury. (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). doi: <https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1108/Sajbs-06-2016-0049>
- Mannan, M., Mohiuddin, M. F., & Sarker, N. C. P. (2017). *No Title*. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(2). doi: <https://Doi.Org/Http://Dx.DoI.Org/10.1108/Sajbs-06-2016-0049>
- Masayu, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

Konsumen Manarul Quran Biro Perjalanan Umroh. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(2), 63–79. doi: <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i2.823>

Maslichah, T. B. S. M., & Sudaryant, D. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Keperilakuan yang di Persepsikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(01).

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, Y. (2021). *Gen Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk di Jawa Barat*. News.Detik.Com. Diakses dari <https://News.Detik.Com/Berita-Jawa-Barat/D-5345181/Gen-Z-Dan-Milenial-Dominasi-Jumlah-Penduduk-Di-Jawa-Barat>

Maulina, N. A., & Supriyanto, S. (2014). *Promotion Effects dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pasien Ruang Sakinah Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan*. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 2(2), 108–119.

Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim di Ponorogo. *Serambi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120.

Monica, N., & Tama, A. I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *Electronic Commerce*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi Akuntansi*, 8(1), 29–44.

Mostafa, R. H., & Ibrahim, M. M. (2020). *The Effects of Customer Equity and Religious Motivation on Customer Retention and Switching Intention: A Study of the Egyptian Banking Sector*. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1873–1891. doi: <https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1108/Jima-06-2019-0136>

Muflih, M., & Juliana, J. (2020). *Halal-Labeled Food Shopping Behavior: The Role of Spirituality, Image, Trust, and Satisfaction*. *Journal of Islamic Marketing*. doi: <https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1108/Jima-10-2019-0200>

Mukorobin, A., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2020). Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(17).

Muthmainah, & Cholil, M. (2019). *Determinants of Customers Switching Intention Based on Experience and Sharia Value Congruity*. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1).

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

- Nasional, P. B. P. (2018). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*.
- Naufal, A. (2021). *UMK 2022 Jawa Barat Disetujui, ini Rincian Besarannya*. [Www.Kompas.Com](https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/02/113700165/umk-2022-jawa-barat-disetujui-ini-rincian-besarannya?page=all#:~:text=Sebelumnya%2C%20Pemerintah%20Provinsi%20Jawa%20Barat,2022%20menjadi%20Rp%201.841.487). Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/02/113700165/umk-2022-jawa-barat-disetujui-ini-rincian-besarannya?page=all#:~:text=Sebelumnya%2C%20Pemerintah%20Provinsi%20Jawa%20Barat,2022%20menjadi%20Rp%201.841.487>.
- Nguyen, T. H. N., Yeh, Q., & Huang, C. (2021). *Understanding Consumer's switching Intention toward Traceable Agricultural Products: Push-Pull-Mooring Perspective*. *International Journal Of Consumer Studies*. doi: [https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1111/Ijcs.12733](https://doi.org/10.1111/Ijcs.12733)
- Nugroho, D. W. P. S., & Saputro, P. A. (2020). Upaya–Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada PT. Pertamina Lubricants Region IV Semarang (Pada Produk Fastron). *Solusi*, 18(3).
- Nusantara Bina Artha. (2020). *Fenomena Kelompok Bebas Riba*. [Nbagroup.co.id](https://Nbagroup.Co.Id/2020/02/01/Fenomena-Kelompok-Bebas-Riba/). Diakses dari <https://Nbagroup.Co.Id/2020/02/01/Fenomena-Kelompok-Bebas-Riba/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia*.
- Pasi, I. R. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Masyarakat pada Bank Syariah. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(2), 189–201.
- Plupessy, S. J., Suprpti, M. W., & Sri, N. W. (2017). Peran *Brand Image* dalam Memediasi Pengaruh WOM terhadap *Switching Intention* ke Produk *Smartphone* Merek Samsung di Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(5), 1939–1966.
- Pratiwi. (2021). *Ini Perbedaan Cara Berpikir Perempuan dan Laki-Laki*. Hello Sehat Kemenkes. Diakses dari <https://Hellosehat.Com/Mental/Hubungan-Harmonis/Perbedaan-Cara-Berpikir-Perempuan-dan-Laki-Laki/>
- Purnama, B. E. (2022). *Pandemi Sebabkan Gen Z Semakin Akrab dengan Dunia Digital*. [Mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com/teknologi/463055/pandemi-sebabkan-gen-z-makin-akrab-dengan-dunia-digital). Diakses dari <https://mediaindonesia.com/teknologi/463055/pandemi-sebabkan-gen-z-makin-akrab-dengan-dunia-digital>
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah* (A. Saifudin (Ed.)). Staiapress.

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

- Putra, H. B., Pradita, N., & Hayuningtias, K. A. (2020). Prediksi Niat Penggunaan Aplikasi dan Permainan Daring Freemium Versi Berbayar dengan Menggunakan Model Tpb. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 130–143. doi: <https://Doi.Org/10.33369/Insight.15.2.130-143>
- Putra, Y., & Satwika, Y. W. (2021). Pengambilan Keputusan Religiusitas pada Remaja yang Memiliki Orang Tua Berbeda Agama. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 08(01).
- Raharjo. (2019). *Cara Uji Reliabilitas Split-Half Spearman Brown dengan Spss Lengkap*. Www.Spssindonesia.Com.
- Rahmayanti, W., Nuryani, H. S., & Salam, A. (2019). Pengaruh Sikap Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Literasi Keuangan (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Desa Lito Kecamatan Moyo Hulu). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). doi: <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.267>
- Ramadhan, R. (2021). *Mahasiswa Berbicara Pentingnya Berpikir Kritis*. Kompas.id. Diakses dari <https://Muda.Kompas.Id/Baca/2021/02/14/Mahasiswa-Berbicara-Pentingnya-Berpikir-Kritis/>
- Ramlan, S. R., Moniharapon, S., & Tulung, J. E. (2018). Analisis Perbandingan Risiko Kredit antara Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Jurnal Emba*, 6(1), 151–160.
- Ramli, R. (2022). *Daftar 4 Bank dengan Aset Terbesar di Indonesia*. Kompas.com. Diakses dari <https://Money.Kompas.Com/Read/2022/02/07/102438926/Daftar-4-Bank-Dengan-Aset-Terb Besar-Di-Indonesia?Page=All#:~:Text=Selanjutnya%2c Posisi Ketiga Bank Dengan,14%2c2 Persen Secara Yoy.>
- Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2020). Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Soto Dok Lamongan” Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 5(1), 542–550.
- Riptiono, S., Suroso, A., & Anggraeni, A. I. (2020). *Examining the Determinant Factors on Consumer Switching Intention Toward Islamic Bank in Central Java, Indonesia*. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(2), 364–372. doi: <https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.18510/Hssr.2020.8241>
- Ritonga, H. M., Pane, D. Nurmasari, & Rahmah, Citra Anita. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan pada Honda Idk 2 Medan. *Jumant*, 12(2), 30–44.
- Romadhon, B., & Sutantri. (2021). Korelasi *Merger* Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah. *At-Tamwil*. doi:

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

<https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1455>

- 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), 316–335. doi: <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v2i2.1165>
- Saidani, B., & Aditya, D. R. A. S. (2021). Analisis *Switch Intention* pada Aplikasi Taksi *Online* di Jabodetabek. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12(1), 123–143. doi: <https://doi.org/10.21009/JRMSI.012.1.07>
- Sari, N. K., & Widaninggar, N. (2018). Efisiensi Bank Dalam Kelompok Buku 4 di Indonesia. *Afre (Accounting And Financial Review)*, 1(2). doi: <https://Doi.Org/Https://Search.Crossref.Org/?Q=+25987771&Published=2018&Page=2>
- Satista. (2021). *Share Of Islamic Versus Conventional Banking Assets Worldwide In 2020, By Country*.
- Sekaran, U., & Bougie. (2017a). Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian. In *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6, B). Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017b). *Research Methods for Bussiness*.
- Setioputri, M. R., Gunawan, J., & Bramanti, G. W. (2019). Identifikasi Faktor - Faktor yang Mempengaruhi *Switching Intention* dalam Memprediksi *Switching Behavior* Nasabah Bank Konvensional Beralih ke Bank Syariah. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 9(2), D250–D255. doi: <http://dx.doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.55067>
- Setyawati, S. M. (2019). Dampak Integrasi *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* pada *E-Repurchase Intention* Konsumen Aplikasi Go-Jek Kategori Go-Ride. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi*, 26(2), 77–84. doi: <https://doi.org/10.20884/1.jp.2019.26.2.1630>
- Sholiha, E. U. N. (2015). *Structural Equation Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013)*. (Doctoral Dissertation, Institut Technology Sepuluh Nopember).
- Sijoen, A., & Makaweru, I. F. (2021). Pengaruh Kemenarikan Alternatif dan Biaya Berpindah terhadap Niat Beralih Pengguna Kartu Xl Axiata. *Among Makarti*, 13(2). doi: <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v13i2.197>
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial. Bandung*. Refika Aditama.

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Siregar, S. M., Nadiroh, N., & Samadi, S. (2019). *The Relationship between Subjective Norms With Housewife's Intention to Act on of Waste Issues in Cidepit River, Sub-District of Semplak, City of Bogor*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Lingkungan dan Pembangunan*, 20(01), 28–41. doi: <https://doi.org/10.21009/PLPB.201.03>
- Sobari, N., Usman, H., & Sunarmo, S. (2019). *Halal Supplement: A Perspective of Muslim Millennial Generation*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. doi: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1371>
- Statistik, B. P. (2016). *Jaringan Bank Umum Konvensional menurut Kelompok di Wilayah Jawa Barat tahun 2016*. Www.Bps.go.id.
- Statistik, B. P. (2021). *Jumlah Bank dan Kantor Bank di Indonesia Tahun 2021*. Www.Bps.go.id.
- 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). doi: <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1537-1548>
- Sugiarto, A. (2021). *Bank Digital, dari Baby Boomers Menuju Gen Z*. Investor.Id.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Cv Alfabeta.
- Sulaeman. (2021). *Penduduk RI 271,3 Juta Per 2020, Jumlah Perempuan Lebih Banyak Dari Pria*. Merdeka.com. Diakses dari <https://Www.Merdeka.Com/Uang/Penduduk-Ri-2713-Juta-Per-2020-Jumlah-Perempuan-Lebih-Banyak-Dari-Pria.Html>
- Sumadi. (2017). Peran Manajemen Syariah terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Islam di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(2), 112–124.
- Sun, Y., Liu, D., Chen, S., Wu, X., Sen, X. L., & Zhang, X. (2017). *Understanding Users' Switching Behavior of Mobile Instant Messaging Applications: An Empirical Study from the Perspective of Push-Pull-Mooring Framework*. *Computers In Human Behavior*, 75, 727–738. doi: <https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1016/J.Chb.2017.06.014>
- Sunanda, W. D. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Islami dan Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(1), 20–36. doi: <https://doi.org/10.21831/jim.v17i1.34773>
- Supandia, E. D., & Mutmainatus, S. (2020). Pengaruh Remunerasi dan Motivasi

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

terhadap Kinerja pegawai UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan Menggunakan *Structural Equation Modelling*. *Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 3, 89–94.

Suparami, & Handhoko, K. (2018). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. *Serat Acitya*, 7(1), 102.

Suparami, & Handhoko, K. (2018b). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. *Serat Acitya*, 7(1), 102.

Suparto, L., & Rusdiana, A. (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(1), 316–335. doi: <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v2i2.1165>

Susanti, S., & Kuntadi, S. (2016). *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* untuk Kepemimpinan, dan Motivasi sebagai Variabel *Intervening* terhadap Peningkatan Kinerja Dosen STIE Ekuitas. *Prosiding Sentia*, 8, 2085–2347.

Syah, S. R., Ibrahim, & Sufardi. (2018). *Switching Behavior* Nasabah Bank: Tinjauan Empiris Teori Keperilakuan di Kota Makassar. *Jurnal Administrasi: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 5(2), 113–122.

Syahrial, M. (2022). *Daftar Bank Terbaik di Indonesia Tahun 2022 Menurut Forbes*. Kompas.Com. Diakses dari <https://Www.Kompas.Com/Wiken/Read/2022/04/17/063000281/Daftar-Bank-Terbaik-Di-Indonesia-Tahun-2022-Menurut-Forbes?Page=All>

Tempo.Co. (2009). *Ini Perbedaan Cara Berpikir Perempuan dan Laki-Laki*. Tekno.Tempo.Co.

Tjiptono Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. In *Edisi 4*.

Usman, H., Projo, Wulansari, & Fadilla. (2021). *The Impact of Life Satisfaction, Quality Consciousness, and Religiosity on Customer Switching Intention to Halal Cosmetic*. *Asian Journal of Business Environment*, 11(3), 5–19.

Utama, A., & Wahyudi, D. (2016). Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, 3(2), 1–13.

Utari, R., Monoarfa, H., & Ninglasari, S. Y. (2019). *Factors Influencing Corporate Zakat Expenditure (Case Study of Islamic Banks in Indonesia Period 2015-*

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

- 2017). *KNE Social Sciences*, 413–327. doi: <https://Doi.Org/Doi/10.18502/Kss.V3i13.4220>
- Vicky, D., & Dirgahayu, R. T. (2019). *Push Pull Mooring dan Pyschological Ownership terhadap Perilaku Beralih Pengguna Instant Messaging. Indonesian Journal Of Information Systems*, 2(1), 1–12. doi: <https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.24002/Ijis.V2i1.2013>
- Wahyuni, M., & Efriza, R. E. (2017). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah dengan Bank Konvensional di Indonesia. *International Journal of Social Science and Business*, 1(2), 66–74.
- Wang, S., Wang, J., & Yang, F. (2020). *From Willingness to Action: Do Push-Pull-Mooring Factors Matter for Shifting to Green Transportation? Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 79(102242). doi: <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102242>
- Wibowo, M. B. S., & Iqbal, M. (2021). Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 93–106. doi: <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2795>
- Wicaksono, A. (2021). *Pangsa Pasar Perbankan Syariah RI Baru Baru 2,6 Persen*. CNN Indonesia. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210312140230-78-616697/pangsa-pasar-perbankan-syariah-ri-baru-baru-26-persen>
- Wijayanti, I. M. (2019). Peran Nasabah dalam Perkembangan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(1), 60–69.
- World Population Review*. (2020).
- 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*, 13(13), 7087. doi: <https://doi.org/10.3390/su13137087>
- Yu, C.-S., Chantatub, W., & Mendi, B. (2017). *Factors for User Intention to Switch Browsers: A Cross-National Survey. International Journal of Electronic Commerce Studies*, 8(2), 146–172. doi: <http://dx.doi.org/10.7903/ijecs.1522>
- Yusfiarto, R., S, S., & Darmawan. (2021). *Understanding Muslim's Switching From Cash to M-Payments: Based on Push-Pull-Mooring Framework. Journal of Islamic Marketing*. doi: <https://Doi.Org/Http://Dx.Doi.Org/10.1108/Jima-05-2021-0135>
- Zafar, R., Altaf, M., Bagram, M., Hussain, H., Tabassum Riaz, A., Nadim, M., & Chaudhry, M. S. (2012). *Religiosity, as Determinant of Turnover Intention: an Exploratory Study. The Journal of Commerce*, 4(4), 1–8.

Disya Allifah Vakhroh, 2022

NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING

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

- Zakiy, M. (2019). Citra Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Layanan terhadap Kepuasan Pasien dan Niat Beralih. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 51–64. doi: <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3149>
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1). doi: <http://dx.doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>