

Switching intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah berdasarkan teori *push-pull-mooring

Nikhla Oktavina ^{a,1,*}, Miswan Ansori ^{b,2*}

^{a,b} Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jl. Taman Siswa no 9 Jepara, 59427, Indonesia

^{a,1} 211420000536@unisnu.ac.id; ^{b,2} miswan@unisnu.ac.id*

*korespondensi author

INFO ARTIKEL

Riwayat artikel

Dikirim: 15-9-2024

Direvisi: 26-9-2024

Diterima: 1-10-2024

Kata Kunci

Switching Intention
Push-Pull-Mooring
bank syariah
bank konvensional
perilaku nasabah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Push-Pull-Mooring* (PPM) terhadap *Switching Intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah di Kabupaten Jepara. *Push Factors* (X1) mencakup ketidakpuasan nasabah terhadap bank konvensional, sementara *Pull Factors* (X2) meliputi daya tarik bank syariah, seperti prinsip syariah dan layanan yang lebih inovatif. *Mooring Factors* (X3) adalah faktor-faktor penghambat perpindahan, seperti loyalitas dan kenyamanan dengan layanan bank konvensional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 160 nasabah bank konvensional yang mempertimbangkan berpindah ke bank syariah. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Push Factors* dan *Pull Factors* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Switching Intention*, sedangkan *Mooring Factors* berpengaruh signifikan namun negatif. Artinya, semakin besar ketidakpuasan dan daya tarik bank syariah, semakin besar kemungkinan nasabah untuk berpindah, tetapi loyalitas dan kenyamanan dengan bank konvensional menghambat keputusan tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi literatur mengenai perilaku perpindahan nasabah serta implikasi bagi pengembangan strategi pemasaran bank syariah.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY.



1. Pendahuluan

Perkembangan bank syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif, salah satunya ditandai dengan meningkatnya jumlah nasabah yang beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Di Kabupaten Jepara, fenomena ini juga dapat diamati dengan bertambahnya jumlah nasabah bank syariah dalam beberapa tahun terakhir (Yuliani & Ansori, 2024). Masyarakat mulai tertarik dengan sistem perbankan yang berdasarkan prinsip syariah, terutama karena aspek kehalalan dan sistem bagi hasil yang dianggap lebih adil (Purwanto, 2021). Selain itu, dukungan regulasi dan dorongan dari pemerintah serta institusi keuangan syariah semakin mendorong peningkatan jumlah nasabah yang melakukan switching atau peralihan dari bank konvensional ke bank syariah (Alfiansyah & Nisa, 2024).

Teori *Push-Pull-Mooring* (PPM) merupakan salah satu pendekatan yang banyak digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi switching intention, termasuk dalam konteks perbankan (Monoarfa et al., 2024). Teori ini menjelaskan bahwa terdapat tiga elemen utama yang mendorong seseorang untuk beralih dari satu layanan ke layanan lainnya (Sato et al., 2024). Faktor *push* adalah aspek negatif yang mendorong nasabah meninggalkan bank konvensional, seperti ketidakpuasan terhadap layanan atau ketidaksesuaian dengan nilai-nilai syariah (Pramudya & Zaelina, 2023). Faktor *pull* mencakup daya tarik yang ditawarkan oleh bank syariah, seperti prinsip syariah, etika bisnis yang lebih Islami, dan produk-produk keuangan yang kompetitif (Monoarfa et al., 2024). Sedangkan faktor *mooring* berhubungan dengan hambatan atau kemudahan dalam proses transisi, misalnya, keterikatan emosional atau administratif dengan bank konvensional (Nurlinda & Anam, 2024). Dalam konteks penelitian ini, teori PPM menjadi dasar analisis untuk memahami dinamika switching intention nasabah di Kabupaten Jepara.

Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi *switching intention* dari bank konvensional ke bank syariah. Misalnya, penelitian oleh Wijaya et al., (2024) menemukan bahwa kepercayaan dan kesesuaian nilai-nilai agama menjadi faktor signifikan dalam *switching intention* di Pakistan. Sementara itu, studi oleh Bouzekouk & Mansor (2024) di Malaysia menunjukkan bahwa daya tarik produk keuangan syariah memainkan peran penting dalam keputusan nasabah untuk berpindah. Di Indonesia, studi oleh Marhadi et al (2024) mengungkapkan bahwa persepsi kualitas layanan dan kepuasan nasabah sangat memengaruhi keputusan beralih ke bank syariah. Selain itu, penelitian oleh Mawardi et al (2024) menyoroti peran regulasi dan kampanye keuangan syariah dalam mendorong switching intention. Terakhir, penelitian oleh Hassan et al (2024) menunjukkan bahwa faktor sosial dan budaya juga memiliki pengaruh signifikan dalam proses peralihan ini, terutama di daerah dengan populasi mayoritas Muslim.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi switching intention nasabah dari bank konvensional ke bank syariah di Kabupaten Jepara berdasarkan teori

Push-Pull-Mooring. Secara khusus, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor *push*, *pull*, dan *mooring* yang berperan dalam keputusan nasabah untuk beralih, serta mengeksplorasi hambatan-hambatan yang dihadapi nasabah dalam proses transisi ini. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran bank syariah yang lebih efektif, serta membantu meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Bank Syariah: Prinsip, Produk, dan Keunggulan

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, dengan tujuan menyediakan layanan perbankan yang bebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh Islam, seperti riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi) (Purwanto et al., 2022). Bank syariah memfasilitasi transaksi keuangan yang didasarkan pada prinsip keadilan, kemitraan, dan bagi hasil, di mana setiap pihak yang terlibat memiliki hak dan kewajiban yang seimbang. Dalam perbankan syariah, keuntungan diperoleh melalui aktivitas riil, seperti jual beli, sewa-menyewa, atau investasi yang halal, serta berdasarkan prinsip *profit and loss sharing* (Hussain, 2016). Keberadaan bank syariah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim yang ingin menjalankan transaksi keuangan sesuai dengan ajaran agama, sekaligus mendukung pembangunan ekonomi yang lebih etis dan inklusif.

Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam atau syariah yang menekankan pada keadilan, kesetaraan, dan transparansi dalam semua transaksi (Bank Indonesia, 2021). Salah satu prinsip utama dalam perbankan syariah adalah larangan riba, yaitu pengambilan bunga atas pinjaman. Selain itu, bank syariah juga harus menghindari transaksi yang mengandung *gharar* (ketidakpastian) dan maisir (spekulasi), yang bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam. Bank syariah juga menerapkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) sebagai mekanisme pengganti bunga, di mana keuntungan atau kerugian dibagi secara adil antara nasabah dan bank sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya (Promwichit et al., 2013)

Bank syariah menawarkan berbagai produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu produk utama adalah *murabahah*, di mana bank membeli barang yang dibutuhkan oleh nasabah dan menjualnya kembali kepada nasabah dengan margin keuntungan yang disepakati (Purwanto & Rifai, 2017). Selain itu, terdapat juga produk *mudharabah*, di mana bank menyediakan modal untuk usaha nasabah dan keuntungan usaha tersebut dibagi sesuai kesepakatan. Produk *musyarakah* adalah bentuk kemitraan antara bank dan nasabah di mana kedua pihak berkontribusi modal dan berbagi keuntungan maupun risiko usaha. Produk lainnya termasuk *ijarah* (sewa), *wadiah* (titipan), dan *qardh* (pinjaman tanpa bunga) (Rusby et al., 2016).

Salah satu keunggulan utama bank syariah adalah kesesuaiannya dengan nilai-nilai Islam, yang menjadi daya tarik bagi nasabah yang ingin menjalankan kegiatan finansial mereka sesuai dengan prinsip agama (Alam & Miah, 2024). Selain itu, sistem bagi hasil yang diterapkan dalam bank syariah dianggap lebih adil dibandingkan sistem bunga di bank konvensional, karena keuntungan atau kerugian ditanggung bersama oleh bank dan nasabah (Rashid, 2020). Bank syariah juga berperan dalam mendorong perekonomian berbasis etika, di mana transaksi yang dilakukan harus terbebas dari unsur ketidakpastian, spekulasi, atau kegiatan bisnis yang tidak halal, seperti perjudian atau industri alkohol.

Bank syariah tidak hanya berperan sebagai lembaga keuangan yang melayani nasabah, tetapi juga berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang lebih berkeadilan. Dengan prinsipnya yang

menolak bunga dan menekankan bagi hasil, bank syariah mendorong praktik bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab. Keberadaan bank syariah juga memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin menghindari transaksi ribawi, sehingga memberikan inklusivitas keuangan yang lebih luas. Di Indonesia, bank syariah semakin berkembang dengan dukungan regulasi pemerintah dan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah.

2.2 Konsep *Switching Intention*

Switching intention adalah niat atau keinginan individu untuk berpindah dari satu penyedia layanan atau produk ke penyedia lain (Yusfiarto et al., 2023). Dalam konteks perbankan, *switching intention* mengacu pada keinginan nasabah untuk beralih dari satu bank, misalnya bank konvensional, ke bank lain, seperti bank syariah. *Switching intention* biasanya dipicu oleh ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh bank saat ini atau karena adanya daya tarik dari bank tujuan yang menawarkan keunggulan atau manfaat lebih (Vu et al., 2023). Niat ini merupakan tahap awal dalam proses perpindahan nasabah (Irawan et al., 2022), yang pada akhirnya dapat berkembang menjadi keputusan aktual untuk beralih ke bank yang baru (Nazwirman, 2019).

Faktor-faktor yang menentukan *switching intention* dapat dibagi menjadi dua kategori utama: faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factors*) (Susanti, 2021). Faktor pendorong adalah hal-hal yang menyebabkan ketidakpuasan nasabah terhadap bank yang mereka gunakan saat ini, seperti layanan yang buruk, biaya tinggi, atau kurangnya inovasi. Sebaliknya, faktor penarik adalah daya tarik dari bank tujuan yang menawarkan layanan atau produk yang lebih baik, seperti kepatuhan pada prinsip syariah, reputasi yang baik, atau biaya yang lebih kompetitif. Selain itu, faktor penghambat (*mooring factors*) seperti keterikatan emosional dengan bank lama, kemudahan transaksi, atau biaya perpindahan, dapat mempengaruhi keinginan nasabah untuk benar-benar melakukan perpindahan (Pramudya & Zaelina, 2023).

Indikator *switching intention* dalam penelitian ini diukur dengan lima indikator yaitu *Desire to Switch*, *Consideration to Switch*, *Intention to Switch*, *Frequency of Switching Thoughts* dan *Readiness to Act* (Mohan & Kinshin, 2022). *Desire to Switch* mencerminkan tingkat keinginan nasabah untuk meninggalkan bank yang mereka gunakan saat ini. Semakin tinggi intensitas keinginan ini, semakin besar niat mereka untuk berpindah. *Consideration to Switch* dimana nasabah mulai mempertimbangkan alternatif bank lain dan menganalisis keuntungan dan kerugian dari perpindahan tersebut. Ini merupakan langkah reflektif dari niat mereka untuk beralih. *Intention to Switch* merupakan seberapa besar nasabah sudah berniat untuk benar-benar berpindah ke bank lain, bukan hanya sekedar mempertimbangkan. Niat ini biasanya merupakan hasil dari evaluasi terhadap kualitas layanan, biaya, atau faktor emosional. *Frequency of Switching Thoughts* merupakan sering tidaknya nasabah memikirkan atau membayangkan perpindahan ke bank lain, semakin besar indikasi bahwa mereka sedang berada dalam proses untuk benar-benar beralih. *Readiness to Act* yang mencerminkan sejauh mana nasabah siap secara emosional dan praktis untuk mengambil tindakan dalam perpindahan tersebut, termasuk mengurus segala proses administratif.

2.3 *Push-Pull-Mooring (PPM)*

Model *Push-Pull-Mooring* (PPM) pertama kali diadopsi dari literatur migrasi penduduk pada tahun 1960-an (Yusfiarto et al., 2023). Pada awalnya, model ini digunakan untuk memahami

mengapa individu berpindah dari satu lokasi geografis ke lokasi lain. *Push factors* menggambarkan keadaan atau kondisi negatif di tempat asal yang mendorong seseorang untuk pergi, sementara *pull factors* adalah daya tarik dari tempat tujuan (Fan, Chen, & Yang, 2024). Sementara itu, *mooring factors* mencakup segala hal yang dapat menghalangi atau memperlambat proses migrasi. Seiring perkembangan waktu, model ini tidak hanya digunakan dalam studi migrasi penduduk, tetapi juga diterapkan dalam konteks lain, termasuk perilaku konsumen (Pramudya & Zaelina, 2023). Dalam bidang pemasaran dan perilaku pelanggan, PPM diterapkan untuk menganalisis perpindahan pelanggan dari satu penyedia layanan ke penyedia lainnya, termasuk dalam sektor perbankan.

Model PPM sangat tepat digunakan dalam penelitian *switching intention*, terutama dalam konteks bank konvensional dan bank syariah. PPM memberikan kerangka yang terstruktur untuk menganalisis *perilaku* nasabah yang ingin berpindah bank. Dalam penelitian perbankan, *push factors* dapat mencakup ketidakpuasan nasabah terhadap layanan bank konvensional seperti bunga tinggi atau kurangnya transparansi. *Pull factors* di sisi lain, menggambarkan daya tarik bank syariah, seperti prinsip bebas riba, sistem bagi hasil, serta kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam yang mungkin lebih relevan bagi nasabah Muslim.

Sementara itu, *mooring factors* dalam konteks perbankan dapat berupa berbagai faktor yang menahan nasabah dari berpindah, seperti keterikatan emosional dengan bank yang digunakan, rasa nyaman dengan prosedur yang sudah dikenal, dan biaya perpindahan. Dalam konteks perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah, mungkin ada tantangan adaptasi pada sistem keuangan syariah yang baru. PPM dengan jelas mengidentifikasi dan mengklasifikasikan elemen-elemen ini, sehingga tepat digunakan untuk memahami motivasi nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berpindah.

Dalam konteks penelitian di Kabupaten Jepara, di mana terdapat perkembangan signifikan bank syariah, model PPM sangat relevan. Nasabah di Jepara mungkin mengalami dorongan (*push*) akibat ketidakpuasan pada sistem bunga di bank konvensional, yang bertentangan dengan nilai-nilai agama mereka. Sementara itu, daya tarik (*pull*) bank syariah dapat menawarkan solusi berbasis prinsip syariah yang lebih sesuai dengan keyakinan mereka. Namun, faktor penghambat (*mooring*) seperti biaya administrasi atau kerumitan proses perpindahan mungkin menjadi alasan nasabah belum berpindah secara langsung.

Push Factors

Push factors adalah faktor pendorong yang menyebabkan ketidakpuasan nasabah terhadap bank atau layanan yang mereka gunakan saat ini. Faktor-faktor ini biasanya terkait dengan kelemahan atau masalah yang dialami nasabah, seperti layanan yang buruk, biaya administrasi yang tinggi, atau kurangnya inovasi (Susanti, 2021). Dalam konteks perbankan, *push factors* bisa berupa ketidakpuasan terhadap kualitas layanan, ketidakstabilan keamanan transaksi, atau kurangnya kepercayaan terhadap manajemen bank konvensional. Faktor-faktor ini membuat nasabah merasa tidak nyaman dan mulai mempertimbangkan untuk beralih ke bank lain yang menawarkan solusi lebih baik.

Pull Factors

Pull factors adalah faktor yang menarik nasabah untuk berpindah ke bank lain, seperti bank syariah, yang menawarkan keunggulan atau manfaat lebih. Faktor penarik ini mencakup daya tarik dari produk dan layanan yang lebih baik, reputasi bank yang baik, biaya lebih rendah, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Zainuddin, Nordin, & Yusof, 2017). Dalam konteks

perpindahan ke bank syariah, daya tarik utama bisa berupa sistem bagi hasil yang adil, kebebasan dari riba, serta kepatuhan terhadap nilai-nilai agama yang lebih relevan bagi nasabah Muslim. Faktor penarik berfungsi untuk memberikan dorongan yang positif bagi nasabah dalam proses keputusan mereka untuk berpindah.

Mooring Factors

Mooring factors adalah faktor penghambat yang memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap bertahan atau pindah. Faktor-faktor ini mencakup keterikatan emosional dengan bank yang digunakan saat ini, kemudahan dalam proses transaksi, dan biaya yang mungkin timbul jika nasabah memutuskan untuk berpindah (Yusfiarto et al., 2023). Keterikatan emosional, kebiasaan, dan loyalitas sering kali menjadi penghalang bagi nasabah untuk meninggalkan bank meskipun mereka merasa tidak puas. Dalam beberapa kasus, biaya perpindahan yang tinggi, baik dalam bentuk biaya administrasi maupun kerumitan prosedur, dapat mencegah nasabah untuk melakukan perpindahan ke bank lain.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis niat berpindah nasabah dari bank konvensional ke bank syariah dengan menggunakan pendekatan *teori Push-Pull-Mooring* (PPM). Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel. Dalam penelitian ini, hubungan antara faktor-faktor dorong (*push factors*), faktor-faktor tarik (*pull factors*), dan faktor-faktor penghambat (*mooring factors*) terhadap niat berpindah nasabah akan dianalisis.

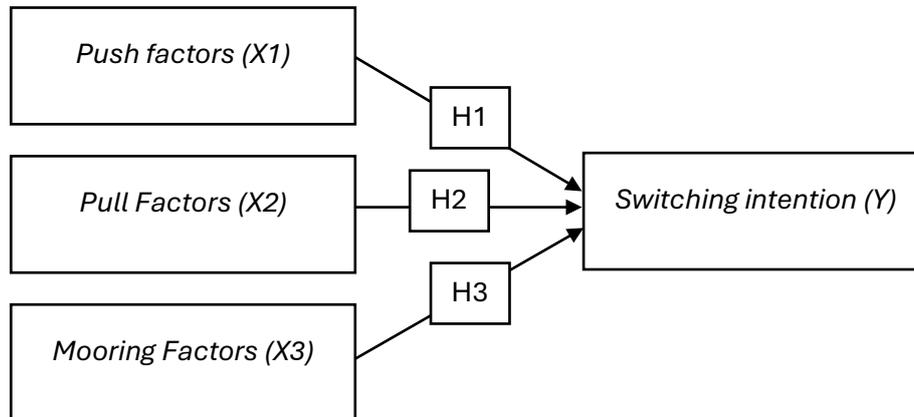
Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian (Purwanto, 2018). Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 160 responden yang merupakan nasabah bank konvensional di Kabupaten Jepara dengan menggunakan metode purposive sampling. Kriteria pemilihan sampel adalah nasabah yang telah menggunakan layanan bank konvensional minimal selama enam bulan terakhir dan memiliki kesadaran mengenai produk bank syariah. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form dan pengisian langsung oleh nasabah yang berada di area survei saat pengumpulan data berlangsung.

Variabel *Push Factors* (X1), *Pull Factors* (X2), dan *Mooring Factors* (X3) merupakan variabel independen, sementara *Switching intention* (Y) adalah variabel dependen. Instrumen untuk variabel X1 diadaptasi dari kuesioner yang telah disusun oleh Lee (2024). Variabel X2 diukur dengan instrumen yang disusun berdasarkan studi oleh Chang & Chiu (2023). Sementara itu, instrumen untuk variabel X3 menggunakan adaptasi dari studi oleh (Sato et al., 2024) dan Chang & Chiu (2023). Semua variabel penelitian diukur menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Setelah data penelitian dikumpulkan, dilakukan uji kualitas data yang mencakup uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur (Buntins, Buntins, & Eggert, 2017). Suatu indikator dikatakan valid jika memiliki korelasi $>0,30$ (Benova et al., 2020). Uji reliabilitas dilakukan pada item pertanyaan yang dinyatakan valid untuk memastikan konsistensi jawaban dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $>0,60$ (Ellis, 2021)

Setelah data penelitian dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh push factors, pull factors, dan mooring

factors terhadap niat berpindah ke bank syariah. Sebelum dilakukan analisis regresi, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut (Shatz, 2023). Kerangka pikir yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian
 Sumber: Data peneliti, 2024

Dengan rumusan Hipotesis penelitian:

H1 = *Push factors* (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Switching intention* (Y)

H2 = *Pull Factors* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Switching intention* (Y)

H3 = *Mooring Factors* (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Switching intention* (Y)

Hipotesis akan diterima atau ditolak jika:

Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 maka Hipotesis diterima

Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka Hipotesis ditolak

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Profil Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 160 orang dengan mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56%, sedangkan perempuan 44%. Dari segi pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan sarjana (46%), diikuti oleh lulusan SMA sederajat (35%), SMP sederajat (13%), dan lainnya (6%). Berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah, 42% responden telah menjadi nasabah lebih dari 24 bulan, 27% selama 18 hingga 24 bulan, 13% selama 12 hingga 18 bulan, 8% selama 7 hingga 12 bulan, dan 10% selama lebih dari 6 bulan. Profil ini memberikan gambaran umum tentang karakteristik demografis responden penelitian terkait switching intention dari bank konvensional ke bank syariah. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

Demografi Responden		N	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	89	56%
	Perempuan	71	44%
Jumlah		160	100%
Pendidikan	SMP Sederajat	21	13%
	SMA Sederajat	56	35%
	Sarjana	74	46%
	Lainnya	9	6%
Jumlah		160	100%
Lama Menjadi nasabah Bank Syariah	Lebih dari 6 Bulan	16	10%
	7 sd 12 Bulan	13	8%
	12 sd 18 Bulan	21	13%

18 sd 24 Bulan	43	27%
Labih dari 24 Bulan	67	42%
Jumlah	160	100%

Sumber: Data Primer (2024)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Data penelitian yang berkualitas ditentukan oleh instrumen yang berkualitas pula. Dengan demikian sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka diperlukan pengujian terhadap instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh butir-butir pernyataan dalam penelitian telah memenuhi kriteria instrumen penelitian yang berkualitas yaitu memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Item Pertanyaan	R	Ketentuan	Ket	Cronbach's Alpha	Ket
<i>Push Factors (X1)</i>	X1.1	0.852	0.30	Valid	0.736	Reliabel
	X1.2	0.742		Valid		
	X1.3	0.492		Valid		
	X1.4	0.698		Valid		
<i>Pull Factors (X2)</i>	X1.5	0.742		Valid		
	X2.1	0.812		Valid		
	X2.2	0.826		Valid		
	X2.3	0.584		Valid		
	X2.4	0.557		Valid		
<i>Mooring Factors (X3)</i>	X2.5	0.598		Valid		
	X3.1	0.436		Valid		
	X3.2	0.612		Valid		
	X3.3	0.643	Valid			
	X3.4	0.612	Valid			
<i>Switching intention (Y)</i>	X3.5	0.643	Valid			
	Y.1	0.659	Valid			
	Y.2	0.592	Valid			
	Y.3	0.570	Valid			
	Y.4	0.709	Valid			
	Y.5	0.557	Valid			

Sumber: Data diolah (2024)

Uji Asumsi klasik

Penelitian ini mengaplikasikan uji asumsi klasik untuk menilai adanya gangguan pada data yang diamati. Asumsi klasik mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas adalah langkah penting untuk memastikan validitas statistik koefisien regresi; jika model regresi tidak memenuhi distribusi normal, hasil regresi bisa diragukan. Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam Tabel 3, nilai Asymp. Sig lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

		X1	_X2	_X3	_Y
N		160	160	160	160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20.7750	20.5188	8.9250	20.3250
	Std. Deviation	1.47921	1.26874	2.02981	1.29124
Most Extreme Differences	Absolute	.300	.315	.169	.312
	Positive	.300	.315	.169	.312
	Negative	-.231	-.248	-.146	-.257

Test Statistic	.300	.315	.169	.312
Asymp. Sig. (2-tailed)	.353 ^c	.244 ^c	.120 ^c	.244 ^c

Sumber: Data diolah (2024)

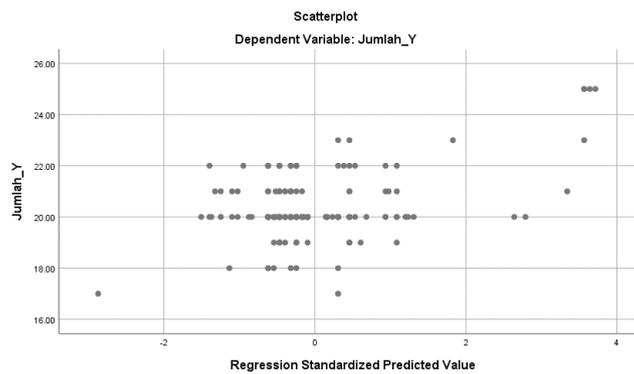
Selanjutnya, uji multikolinearitas dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen. Hasil uji dalam Tabel 4 menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas.

Tabel 4. Uji multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.995	1.005
	X2	.401	2.496
	X3	.401	2.493

Sumber: Data diolah (2024)

Terakhir, uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan varians residual antara observasi. Heteroskedastisitas menguji variasi residual dari satu periode ke periode lainnya. Pola scatterplot digunakan untuk memprediksi heteroskedastisitas, di mana data regresi harus tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0, tanpa membentuk pola bergelombang yang melebar dan menyempit. Hasil uji ini ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Uji heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan chart di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik – titik yang menyebar ke atas dan di bawah 0, sehingga dapat di simpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Analisis data dengan menggunakan pengujian regresi linier berganda untuk menjawab analisis, pengaruh literasi keuangan dan keamanan terhadap Keputusan menggunakan QRIS. Uji ini di gunakan untuk menentukan apakah ada pengaruh keterikatan antara X1, X2 dan X3 terhadap Y. Hasil pengujian dapat di lihat dari besarnya t hitung terhadap t tabel dengan dapat di lihat dari besarnya t hitung terhadap t tabel dengan uji 2 sisi. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10.745	1.524		7.053	.000
	X1	.468	.045	.374	2.050	.015
	X2	.522	.113	.513	4.640	.000
	X3	-.134	.096	.039	2.356	.023

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5, maka di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10.745 + 0.468 X1 + 0.522 X2 - 0.134 X3 + e$$

Dari persamaan tersebut di atas dapat di jelaskan:

- Nilai *constant* 10.745, artinya jika variabel X1, X2 dan X3 adalah 0, maka *Switching intention* (Y) tetap 10.745.
- Nilai koefisien regresi literasi keuangan 0.468 artinya jika *Push Factors* (X1) naik 1% dengan asumsi variabel (x2) dan X3 konstanta (a) adalah 0 (nol), maka *Switching intention* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0. 468 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Push Factors* (X1) berkontribusi positif dalam menentukan *Switching intention*.
- Nilai koefisien regresi *Pull Factors* (X2) 0.522 artinya jika *Pull Factors* (X2) naik 1% dengan asumsi variabel *Push Factors* (X1) dan *Mooring Factors* (X3) konstanta (a) adalah 0 (nol), maka *Switching intention* akan mengalami peningkatan sebesar 0.522 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Pull Factors* berkontribusi positif bagi *Switching intention*.
- Nilai koefisien regresi *Mooring Factors* (X3) -0.134 artinya jika *Mooring Factors* (X3) naik 1% dengan asumsi variabel *Push Factors* (X1) dan *Pull Factors* (X2) konstanta (a) adalah 0 (nol), maka *Switching intention* akan mengalami penurunan sebesar 0.134 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Mooring Factors* (X3) berkontribusi negatif bagi *Switching intention*.

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini di ketahui bahwa *Push Factors* (X1), *Pull Factors* (X2) dan *Mooring Factors* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Switching intention*. Penjelasan akan di uraikan sebagai berikut:

Pengaruh *Push Factors* (X1) terhadap *Switching intention* (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Push Factors* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Switching Intention* (Y), yang berarti bahwa semakin besar dorongan eksternal yang dialami nasabah dalam bank konvensional, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berpindah ke bank syariah. Hasil ini didukung oleh uji t yang menunjukkan tingkat signifikansi di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Push Factors* secara statistik signifikan mempengaruhi *Switching Intention*. Faktor-faktor yang mendorong ini dapat berupa ketidakpuasan nasabah terhadap layanan, biaya yang terlalu tinggi, kurangnya transparansi, dan faktor lainnya yang membuat nasabah cenderung mempertimbangkan alternatif lain.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga menemukan pengaruh signifikan dari *Push Factors* terhadap *Switching Intention*. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Monoarfa et al (2024) dalam konteks industri perbankan menunjukkan bahwa nasabah yang tidak puas dengan biaya dan layanan cenderung mencari bank lain yang menawarkan lebih banyak

keuntungan. Penelitian lain oleh Pramudya & Zaelina (2023) mengungkapkan bahwa ketidakpuasan terhadap layanan bank konvensional menjadi salah satu penyebab utama nasabah beralih ke bank syariah. Demikian pula, penelitian oleh Fitrihindika Fairul & Puspita Sari (2024) menemukan bahwa nasabah yang merasa layanan bank konvensional tidak memadai cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk berpindah ke bank syariah. Selain itu, hasil ini juga konsisten dengan penelitian oleh Sánchez García & Curras-Perez (2019) yang menemukan bahwa ketidakpuasan terhadap layanan pelanggan dan biaya yang terlalu tinggi menjadi faktor pendorong utama dalam keputusan nasabah untuk meninggalkan bank konvensional.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa *Push Factors* menjadi pendorong yang kuat dalam mendorong nasabah untuk mempertimbangkan bank syariah sebagai alternatif, yang didukung oleh pengalaman negatif di bank konvensional. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam literatur mengenai perilaku perpindahan nasabah (*switching behavior*), khususnya dalam konteks perbankan syariah. Temuan ini menegaskan pentingnya satu entitas untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mendorong nasabah mereka untuk berpindah, seperti layanan pelanggan, biaya, dan transparansi, agar dapat mempertahankan loyalitas nasabah mereka.

Pengaruh *Pull Factors* (X2) terhadap *Switching intention* (Y)

Hasil pengujian terhadap variabel *Pull Factors* (X2) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Switching Intention* (Y). Dengan tingkat signifikansi uji t yang lebih kecil dari 0,05, temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat daya tarik bank syariah—baik dari segi produk, layanan, ataupun reputasi—semakin besar kemungkinan nasabah bank konvensional akan memiliki niat untuk beralih. Hal ini memperkuat bahwa faktor penarik seperti prinsip syariah, keuntungan dari sistem bagi hasil, serta reputasi bank syariah sebagai lembaga yang lebih transparan dan etis, menjadi elemen penting dalam mendorong nasabah berpindah.

Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyoroti pengaruh signifikan *Pull Factors* dalam keputusan berpindah nasabah. Studi oleh Yurista, Muna, & Maskudi (2022) menemukan bahwa daya tarik utama bank syariah bagi nasabah adalah prinsip-prinsip syariah yang dianggap lebih sesuai dengan nilai-nilai agama, terutama di kalangan masyarakat Muslim. Selain itu, penelitian oleh Ghamry & Shamma (2022) menunjukkan bahwa nasabah cenderung berpindah ke bank lain yang menawarkan produk yang lebih inovatif dan lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Studi lainnya oleh Ramadhani & Bilen (2024) juga menemukan bahwa reputasi dan prinsip kepatuhan syariah berperan besar dalam menarik nasabah baru.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya bank syariah untuk terus memperkuat daya tarik mereka dengan menawarkan produk yang kompetitif, meningkatkan kualitas layanan, dan menjaga reputasi sebagai lembaga yang transparan dan etis. Dengan demikian, bank syariah dapat memaksimalkan potensi untuk menarik nasabah dari bank konvensional, terutama jika *Pull Factors* seperti nilai-nilai syariah dan inovasi produk terus ditekankan dalam strategi pemasaran dan layanan perbankan syariah.

Pengaruh *Mooring Factors* (X3) terhadap *Switching intention* (Y)

Hasil pengujian terhadap variabel *Mooring Factors* (X3) menunjukkan pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap *Switching Intention* (Y). Dengan hasil uji t yang memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi faktor-faktor pengikat nasabah dengan bank konvensional, semakin kecil kemungkinan mereka untuk

berpindah ke bank syariah. *Mooring Factors* ini mencakup elemen-elemen yang dapat menghambat perpindahan, seperti kenyamanan dengan layanan yang sudah ada, biaya perpindahan, atau keterikatan emosional dan loyalitas terhadap bank konvensional.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *Mooring Factors* berperan sebagai penghambat dalam keputusan untuk berpindah layanan. Penelitian oleh Monoarfa et al (2024) menunjukkan bahwa loyalitas yang kuat terhadap lembaga keuangan konvensional dan rasa nyaman yang sudah terbentuk menjadi hambatan utama dalam perpindahan ke lembaga lain. Selain itu, penelitian oleh Hati, Gayatri, & Indraswari (2021) menegaskan bahwa kendala administratif dan biaya perpindahan menjadi faktor signifikan yang mengurangi kemungkinan nasabah berpindah ke bank syariah, meskipun mereka tertarik dengan keunggulan produk syariah.

Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwa meskipun ada faktor-faktor pendorong dan penarik yang signifikan dalam keputusan berpindah, *Mooring Factors* dapat menjadi penghalang yang kuat. Nasabah mungkin tetap enggan berpindah meskipun ada ketidakpuasan dengan layanan atau daya tarik bank syariah karena terikat dengan kenyamanan, loyalitas, atau hambatan perpindahan. Ini menekankan pentingnya bank syariah untuk tidak hanya memperkuat *Pull Factors*, tetapi juga mengatasi hambatan-hambatan yang membuat nasabah tetap bertahan di bank konvensional.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Switching Intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah berdasarkan teori *Push-Pull-Mooring* dapat dipengaruhi oleh *Push Factors*. Penelitian ini membuktikan bahwa *Push Factors* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Switching Intention*. Semakin tinggi ketidakpuasan nasabah terhadap bank konvensional, semakin besar niat mereka untuk berpindah ke bank syariah. Selain itu *Pull Factors* juga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Switching Intention*. Daya tarik bank syariah, seperti produk yang inovatif, prinsip syariah, dan reputasi yang baik, meningkatkan kemungkinan nasabah untuk berpindah. Selanjutnya *Mooring Factors* juga menunjukkan pengaruh signifikan dan negatif terhadap *Switching Intention*. Faktor-faktor pengikat seperti kenyamanan, loyalitas, dan hambatan perpindahan membuat nasabah cenderung bertahan di bank konvensional meskipun ada ketidakpuasan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak variabel yang berpotensi mempengaruhi *Switching Intention*, seperti faktor teknologi, layanan digital, atau pengalaman nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai motivasi dan hambatan nasabah dalam berpindah ke bank syariah. Studi komparatif antara wilayah yang berbeda juga dapat memberikan perspektif yang lebih luas mengenai dinamika perpindahan nasabah di berbagai konteks sosial dan ekonomi.

Daftar Pustaka

- Alam, M. K., & Miah, M. S. (2024). Do Islamic Banks Use Institutional Theory In The Light of Shariah Governance? Empirical Evidence From a Muslim Dominant Country. *Heliyon*, 10(2), E24252. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.E24252>
- Alfiansyah, C., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Perbankan Syariah dalam Mewujudkan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 199–210.

<https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.814>

- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Ekonomi Dan Keuangan Syariah*. Jakarta: Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah.
- Benova, L., Moller, A.-B., Hill, K., Vaz, L. M. E., Morgan, A., Hanson, C., ... Moran, A. C. (2020). What Is Meant By Validity In Maternal And Newborn Health Measurement? A Conceptual Framework For Understanding Indicator Validation. *Plos One*, 15(5), E0233969. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233969>
- Bouzekouk, S., & Mansor, F. (2024). The Factors Influencing The Selection of Fund Management Companies by Malaysian Retail Investors in the Context of Islamic Unit Trust Funds. *Borsa Istanbul Review*, 24(4), 643–868. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2024.06.007>
- Buntins, M., Buntins, K., & Eggert, F. (2017). Clarifying The Concept of Validity: From Measurement to Everyday Language. *Theory & Psychology*, 27(5), 703–710. <https://doi.org/10.1177/0959354317702256>
- Chang, P.-C., & Chiu, Y.-P. (2023). Factors Influencing Switching Intention and Customer Retention of Over-The-Top (Ott) Viewing Behavior In Taiwan: The Push–Pull– Mooring Model. *Emerging Media*, 1(2), 196–217. <https://doi.org/10.1177/27523543231210140>
- Che Hassan, N., Abdul-Rahman, A., Ab. Hamid, S. N., & Mohd Amin, S. I. (2024). What Factors Affecting Investment Decision? The Moderating Role Of Fintech Self-Efficacy. *Plos One*, 19(4), E0299004. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299004>
- Ellis, J. L. (2021). A Test Can Have Multiple Reliabilities. *Psychometrika*, 86(4), 869–876. <https://doi.org/10.1007/s11336-021-09800-2>
- Fan, Q., Chen, J., & Yang, W. (2024). Applying A Push–Pull Perspective to Migrant Worker Turnover: The Role of Retention Decision Satisfaction And Geographic Distance. *Journal Of Business Research*, 178, 114652. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114652>
- Fitrihindika Fairul, F., & Puspita Sari, L. (2024). The Influence of Sharia Compliance, Service Quality, and Promotion on E-Loyalty of Bank Jago Syariah Customers. *Kne Social Sciences*, 32(11), 56–73. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i20.16516>
- Ghamry, S., & Shamma, H. M. (2022). Factors Influencing Customer Switching Behavior in Islamic Banks: Evidence From Kuwait. *Journal Of Islamic Marketing*, 13(3), 688–716. <https://doi.org/10.1108/jima-01-2020-0021>
- Hati, S. R. H., Gayatri, G., & Indraswari, K. D. (2021). Migration (Hijra) to Islamic Bank Based On Push–Pull– Mooring Theory: A Services Marketing Mix Perspective. *Journal Of Islamic Marketing*, 12(8), 1637–1662. <https://doi.org/10.1108/jima-07-2019-0157>
- Hussain, J. G. (2016). Why Do Bank Finance Clients Prefer Mark-Up To Profit Loss Sharing Principles? Evidence From Islamic Rural Banks And Small To Medium Enterprises In Indonesia. *International Journal Of Economics And Financial Issues*, 6(4), 1407–1412.
- Irawan, D., Puspitasari, A. A., Astuti, S. W. W., & Widyastuti, A. (2022). Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Akuntabilitas Perusahaan terhadap Niat Berdonasi Melalui Fintech Crowdfunding. *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 73–89. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i1.1035>
- Lee, J.-C. (2024). Exploring Chinese Passenger Switching Intentions Toward Airline Self-Service Technology From A Push–Pull–Mooring Perspective. *Kybernetes*, 31(2), 13–27. <https://doi.org/10.1108/k-01-2024-0174>
- Marhadi, M., Fathoni, A. F., Setiawan, B., Pratiwi, D., Hayati, R., Boros, A., & Sudibyo, N. A. (2024). Continuance Intention Of Fintech Peer-To-Peer (P2p) Financing Shariah: Moderation Role of Brand Schematicity and Digital Financial Literacy. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 10(2), 100301. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100301>
- Mawardi, I., Al Mustofa, M. U., Widiastuti, T., Fanani, S., Bakri, M. H., Hanafi, Z., & Robani, A. (2024). Comparative Stability Analysis Of Indonesian Banks: Markov Switching—Dynamic Regression for Islamic and Conventional Sectors. *Plos One*, 19(4), E0301398. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0301398>
- Mohan, R., & Kinslin, D. (2022). The Theory of Planned Behaviour And Examining Consumer Purchase

- Behaviours Of Energy-Efficient Lighting Products. *International Journal of Professional Business Review*, 7(2). <https://doi.org/10.26668/Businessreview/2022.V7i2.422>
- 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>
- Nazwirman. (2019). Analisis Niat Perilaku Melalui Pengalaman Wisata Studi pada Taman Mini Indonesia Indah Jakarta. *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 1–19.
- Nurlinda, R. A., & Anam, C. (2024). Factors Influencing Customer Switching Intentions In Online Food Delivery: A Perspective of The Push-Pull-Mooring Model. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 43–54. <https://doi.org/10.9744/Jmp.10.1.43-54>
- Pramudya, A. K., & 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*, 2(2), 01–17. <https://doi.org/10.14421/Jbmib.V2i02.2028>
- Promwichit, V., Mohamad, S., & Hassan, T. (2013). The Viability Of Profit And Loss Sharing Based Financing For Malaysian Smes. *International Business Management*, 7(4), 278–287. <https://doi.org/10.3923/Ibm.2013.278.287>
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: Staipress.
- Purwanto. (2021). Society Attitudes And Intentions to Use Products In Sharia Bank Of Aceh: The Role Of Religiosity And Social Influence. *Abac Journal*, 41(2), 223–242.
- Purwanto, Abdullah, I., Ghofur, A., Abdullah, S., & Elizabeth, M. Z. (2022). Adoption Of Islamic Microfinance In Indonesia An Empirical Investigation: An Extension Of The Theory Of Planned Behaviour. *Cogent Business And Management*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>
- Purwanto, P., & Rifai, F. Y. A. (2017). Kontribusi Pembiayaan yang Diberikan oleh Perbankan Syariah terhadap Produk Domestik Regional Bruto di Pulau Jawa dan Sumatera Tahun 2012-2016. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(2), 214–234. <https://doi.org/10.19105/Iqtishadia.V4i2.1498>
- Ramadhani, M. K., & Bilen, M. (2024). Services Quality Or Sharia Compliance? Factors Which Mostly Influence Customer Selection Of Islamic Banks – The Case Of Tanzania. *Turkish Journal Of Islamic Economics*, 11(1), 32–56. <https://doi.org/10.26414/A3949>
- Rashid, K. (2020). Shari'ah Compliance Of Conventional Participative Financing: A Proposed Way Forward. *Journal Of King Abdulaziz University, Islamic Economics*, 33(2), 47–64. <https://doi.org/10.4197/Islec.33-2.3>
- Rusby, Z., Hamzah, Z., Karya, D., & Kadir, E. A. (2016). Application of Mudharabah Financing Toward Small And Medium Entrepreneur in Bank Muamalat Pekanbaru Branch Indonesia. *International Business Management*, 10(6), 778–783. <https://doi.org/10.3923/Ibm.2016.778.783>
- Sánchez García, I., & 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. <https://doi.org/10.1108/Ejmbe-02-2018-0035>
- Sato, M., Tokuyama, T., Motoyama, S., Warwick, L., & Deguchi, J. (2024). Examining Switching Intention In Professional Sport: A Push-Pull-Mooring Perspective. *International Journal Of Sports Marketing And Sponsorship*, 25(4), 895–912. <https://doi.org/10.1108/Ijsms-12-2023-0245>
- Shatz, I. (2023). Assumption-Checking Rather Than (Just) Testing: The Importance of Visualization and Effect Size in Statistical Diagnostics. *Behavior Research Methods*, 56(2), 826–845. <https://doi.org/10.3758/S13428-023-02072-X>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R And D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, C. E. (2021). The Effect of Push Motivational Factors and Pull Motivational Factors on Tourist Loyalty Through Satisfaction On Halal Tourists In East Java. *Wseas Transactions on Environment And Development*, 17, 510–519. <https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.49>
- Vu, T. D., Nguyen, H. V., & Nguyen, T. M. N. (2023). Extend Theory of Planned Behaviour Model to Explain Rooftop Solar Energy Adoption in Emerging Market. Moderating Mechanism of Personal Innovativeness. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 9(2).

<https://doi.org/10.1016/J.Joitmc.2023.100078>

- Wijaya, H. R., Hati, S. R. H., Ekaputra, I. A., & Kassim, S. (2024). The Impact of Religiosity and Financial Literacy on Financial Management Behavior And Well-Being Among Indonesian Muslims. *Humanities And Social Sciences Communications*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.1057/S41599-024-03309-6>
- Yuliani, N. R., & Ansori, M. (2024). *Religius Obligation dan Social Influence terhadap Keputusan Muslim Generasi Z Untuk Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Muslim Generasi Z Di Kabupaten Jepara)*. (3), 782–794.
- Yurista, D. Y., Muna, U. Z., & Maskudi, M. (2022). Determinants of Customer Decisions: Study on Islamic Banking Services Users. *Finansia : Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 205–218. <https://doi.org/10.32332/Finansia.V5i2.5507>
- Yusfiarto, R., Sunarsih, S., & Darmawan, D. (2023). Understanding Muslim's Switching From Cash To M-Payments: Based On Push-Pull-Mooring Framework. *Journal Of Islamic Marketing*, 14(2), 342–365. <https://doi.org/10.1108/Jima-05-2021-0135>
- Zainuddin, Z. B., Nordin, N., & Yusof, R. (2017). Islamic Housing Partnership Equity Trust (Hpet-I): The Pull And Push Factors. *International Journal Of Economic Research*, 14(16), 165–182.