

DAFTAR PUSTAKA

- A Jamil, (2007). "Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Sikap-sikap Pada Perubahan Organisasi: Komitmen Organisasi Sebagai Mediator", (Semarang: Tesis Program Studi Magister Akuntansi Universitas Diponegoro).
- Achmad Sani Alhusain. "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional," Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol. XIII, (2021).
- Ajren, I. (1991). "*The Theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes*", 50 (2).
- Arikunto, Suharsimi. (2006). "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI". Jakarta: Rineka Cipta.
- Bawono, Anton. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Djusmin, V. (2019). "*Efek Push Pull Mooring Dan Psychological Ownership Terhadap Perilaku Beralih Pengguna Antar Mobile Instant Messaging*" (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*".
- Darmawati, D. (2019). "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Perilaku Berwirausaha dengan Niat Berwirausaha sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)”.

Departemen Agama RI, “Al-Qur’an dan Terjemahannya”, Bandung: Diponegoro, 2010.

Djasmin, V., & Dirgahayu, R. T. (2019). “Push Pull Mooring dan Psychological Ownership terhadap Perilaku Beralih Pengguna Instant Messaging. *Indonesian Journal of Information Systems*”.

Habibatul, A. (2022). “Mekanisme Restrukturisasi Utang Melalui Lelang Barang Jaminan Guna Pembiayaan Mikro Murabahah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Bsi Kcp Tugumulyo 1 Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan) (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung)”.

Haryanto. J and Chairy. (2007). “Model Baru Dalam Migrasi Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW. Vol. 8 No. 1*”.

Heny Pratiwi. “Komitmen Mengajar” (Yogyakarta:2019).

Heri Gunawan Yusuf, dkk. (2022). “Pengaruh *Push Pull Mooring* Terhadap *Switching Intention* Pada Pengguna Aplikasi *Video on Demand* di Masa Pandemic *Covid-19*” hlm 09.

Jannah, Mya Laila. (2020). “Determinan Minat Mahasiswa Bekerja Di Bank Syariah (Studi pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas Muhammadiyah Ponorogo)”.

- Jogiyanto, H.M., (2007). “Sistem Informasi Keperilakuan”.
Yogyakarta: Andi.
- Kaur Sahi, G., Sambyal, R., & Sekhon, H.S. (2016). “*Analyzing Customer Switching Intention in the Telecom Sector*”.
Journal of Global Marketing.
- Krisdiana, E. (2020). “Pengaruh PPM (*Push, Pull, Mooring*) Factors Terhadap *Customer Switching Behavior* Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah Dengan *Switching Cost* Sebagai *Variabel Moderating*”.
- Kristiyono, T. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Biaya Beralih, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt. Bank Syariah Mandiri* (Doctoral Dissertation)”.
- Krueger, J., & Clement, R. (1994). “*The truly false consensus effect: An ineradicable and egocentric bias in social perception. Journal of Personality and Social Psychology*”.
- Lovelock, C. (2001). “*A retrospective commentary on the article “New Tools for Achieving Service Quality”*”. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.
- Lubis, Y. A., & Rokan, M. K. (2022). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Switching Intention Pada Bank Syariah Kc Lubuk Pakam”. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik (E-ISSN: 2797-0469)*.

- M. Fahmi, “Islam Transcendental, Menelusuri Jejak Jejak Pemikiran Islam Kuntowijoyo, Pilar Religia”, Yogyakarta, 2005.
- Matondang, T. P., Prastawa, H., & Mahachandra, M. (2019). “Pengaruh Faktor *Push*, *Pull*, dan *Mooring* Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan”. *Industrial Engineering Online Journal*.
- Morgan, Robert M., and Shelby D. Hunt. (1994). “*The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*”. *Journal of Marketing*, Vol 58.
- Nadia, J. A. (2022). “Pengaruh Push Pull Mooring Factors Terhadap Customer Switching Intention Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sukaraja, Kecamatan Gedongtataan, Kabupaten Pesawaran) (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung)”.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), “Statistik Perbankan Syariah September 2022”
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---september-2022.aspx> diakses pada 9 Februari 2023 pukul 14.00 WIB.
- Parasuraman, A., Berry, L. and Zeithaml, W. (1988). “*SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring*

Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*.

Prayogi, N. F. R. (2020). “Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Switching Cost* Terhadap *Switching Intention* dan *Word of Mouth* (Studi Empiris Pada Pengguna Layanan Jasa Jne)” (Doctoral Dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).

Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Surabaya”, *JESTT*, Vol.1, No.9, September 2014.

Satria, E. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap *Switching Intention* pada Nasabah Bank Panin Kota Sungai Penuh Periode Tahun 2016. *J-MAS*”, (*Jurnal Manajemen dan Sains*).

Setiawan, A. R., & Ilfitriah, A. M. (2012). “Pengaruh Variabel Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Afektif terhadap Perpindahan Nasabah di Surabaya”. *Journal of Business & Banking*.

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*.

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*.
- Sugiyono, (2016). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Alfabeta. Bandung
- Sujarweni, V Wiratna. (2015). "SPSS Untuk Penelitian". Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Shovi indah firdiyanti (2022) "Analisis Determinasi Customers *Switching Behavior* Bank Konvensional ke Bank Syariah di Jawa Tengah dengan *Cutomers Switching Intention* sebagai Variabel *Intervening*" hlm 124.
- The Liang, Gie. (2007). "Administrasi Perkantoran Modern". Yogyakarta: Liberty.
- Toriquddin, M. (2015). "Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syari'ah". *De Jure: Jurnal Hukum dan Syariah*.
- Vakhroh, D. A. (2022). "Niat Nasabah Beralih Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah Berdasarkan *Teori Push, Pull, Dan Mooring*" (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Yusuf, H. G., & Ratnasari, A. (2022). "Pengaruh *Push Pull Mooring* Terhadap *Switching Intention* Pada Pengguna Aplikasi *Video on Demand* Di Masa Pandemi Covid-19". *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*.

Zeithaml, Parasuraman, Berry, (1999). “*Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*”.
The free press, London.

Zhang, D. (2012). “Online *Service Cost* sebagai Variabel Pemoderasi Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Switching Intention”. *Jurnal Ekonomi, tt.*