



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
 untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
 Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

INDAH NIRWANA
12150320177



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**SWITCHING BEHAVIOR PADA M-COMMERCE TERHADAP
LOYALITAS: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW**

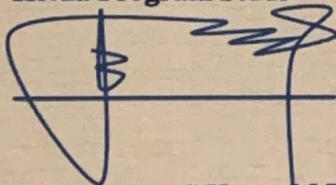
TUGAS AKHIR

Oleh:

INDAH NIRWANA
12150320177

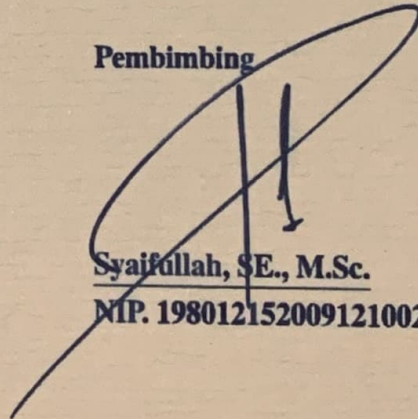
Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 03 Februari 2025

Ketua Program Studi



Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

Pembimbing



Syaifullah, SE., M.Sc.
NIP. 198012152009121002

LEMBAR PENGESAHAN

**SWITCHING BEHAVIOR PADA M-COMMERCE TERHADAP
LOYALITAS: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW**

TUGAS AKHIR

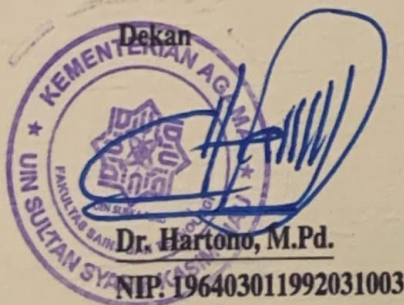
Oleh:

INDAH NIRWANA
12150320177

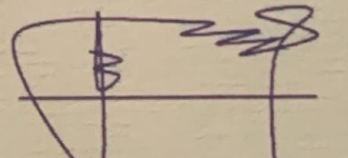
Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 14 Januari 2025

Pekanbaru, 03 Februari 2025

Mengesahkan,


Dekan
KEMENTERIAN AGAMA
UN SULTAN SYARIF KASIM RIAU
Fakultas Sains dan Teknologi
Dr. Hartono, M.Pd.
NIP. 196403011992031003

Ketua Program Studi


Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

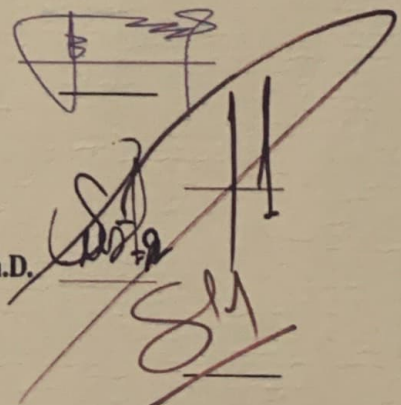
DEWAN PENGUJI:

Ketua : Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

Sekretaris : Syaifullah, SE., M.Sc.

Anggota 1 : Saide, S.Kom., M.Kom., M.I.M., Ph.D.

Anggota 2 : Siti Monalisa, ST., M.Kom.



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Indah Nirwana

NIM : 12150320177

Tempat/Tgl. Lahir : Minas, 30 Mei 2023

Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi

Prodi : sistem Informasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Switching Behavior pada M-commerce terhadap loyalitas :
Systematic Literature Review

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru,.....Februari 2025

Yang membuat pernyataan



NIM: 12150320177

*Pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada peneliti. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin peneliti dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

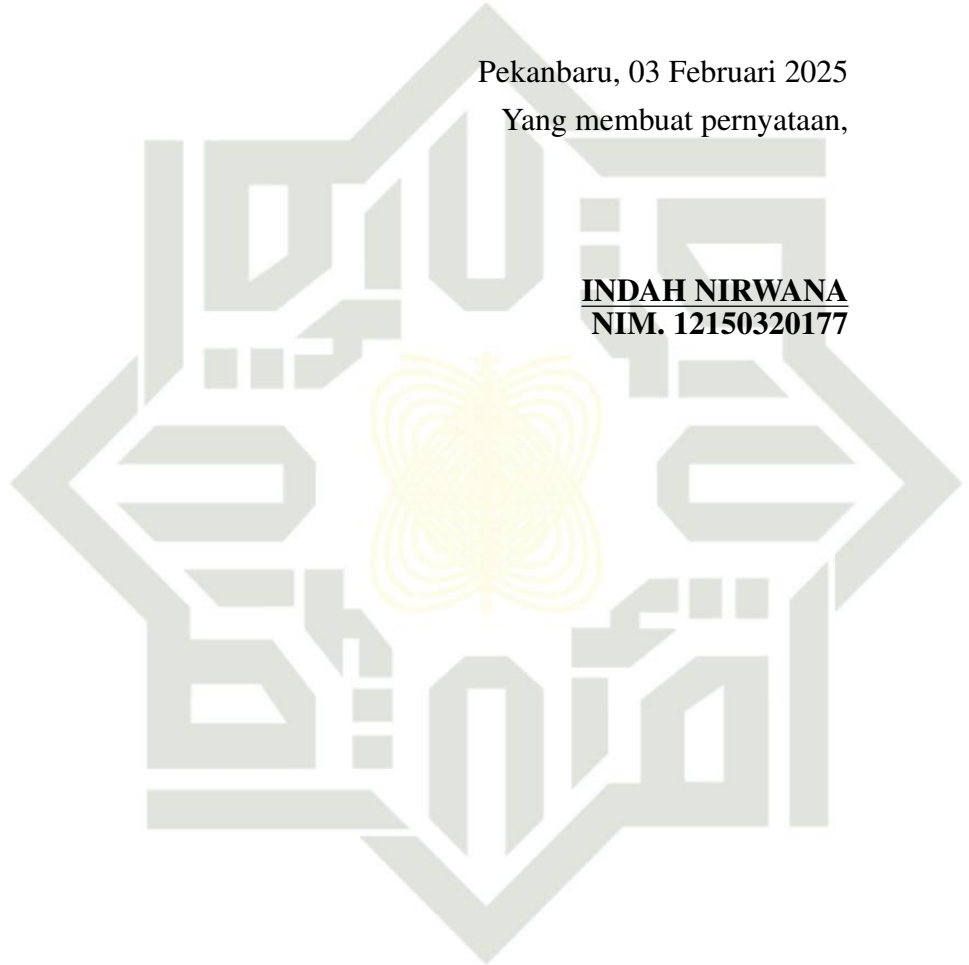
LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 03 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,

INDAH NIRWANA
NIM. 12150320177



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala sebagai bentuk rasa syukur atas segala nikmat yang telah diberikan tanpa ada kekurangan sedikitpun. Shalawat beserta salam tidak lupa pula kita ucapkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam dengan mengucapkan Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad. Semoga kita semua selalu senantiasa mendapat syafaat-Nya di dunia maupun di akhirat, Aamiin Ya Rabbal'alaamiin.

Dengan penuh rasa syukur dan kebanggaan, peneliti menyusun Tugas Akhir ini sebagai bagian dari pencapaian akademik peneliti. Tugas Akhir ini tidak hanya merupakan wujud dari hasil kerja keras dan dedikasi peneliti selama ini, tetapi juga merupakan bentuk penghargaan dan terima kasih peneliti kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang yang tiada henti.

Kepada Bapak Irwan dan Ibu Nurhasmi yang tercinta, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas peran besar serta dukungan yang telah bapak dan ibu berikan selama perjalanan pendidikan ini. Tanpa bimbingan, doa, dan dorongan moral dari bapak dan ibu, peneliti tidak akan mampu mencapai tahap ini. Kehadiran dan semangat yang bapak dan ibu berikan senantiasa menjadi sumber kekuatan dan motivasi sehingga setiap tantangan dan kesulitan yang dihadapi terasa lebih ringan.

Karya ini peneliti persembahkan sebagai bentuk penghormatan, rasa terima kasih dan bakti kepada bapak dan ibu tercinta. Terima kasih yang tak terhingga atas segala cinta, pengorbanan dan kesabaran dalam merawat serta membesarkan peneliti dengan sepenuh hati, hingga peneliti dapat meraih gelar sarjana seperti yang diimpikan. Tidak ada apapun di dunia ini yang dapat menggantikan atau membalas semua jasa dan perjuangan bapak dan ibu. Selain itu peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada abang yang juga selalu mendukung peneliti selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul ”*Switching Behavior* pada *M-Commerce* terhadap Loyalitas: *Systematic Literature Review*”. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan sarjana di Program Studi Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti telah menerima banyak dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi sekaligus Ketua Sidang yang telah yang telah banyak memberi arahan, saran, serta nasihat yang bermanfaat.
4. Ibu Siti Monalisa, ST., M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi sekaligus Penguji II peneliti.
5. Bapak Syaifullah, SE., M.Sc sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir ini yang telah sangat banyak memberikan bantuan dan nasihat kepada peneliti.
6. Bapak M. Jazman, S.Kom., M.InfoSys sebagai Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang telah banyak memberikan arahan, masukan, dan motivasi kepada peneliti semasa kuliah.
7. Bapak Saide, S.Kom., M.Kom., M.I.M., Ph.D sebagai Penguji I peneliti yang telah banyak memberikan arahan, nasihat, masukan, serta motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir.
8. Bapak T. Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom sebagai Kepala Laboratorium Program Studi Sistem Informasi sekaligus Pembimbing Kerja Praktek peneliti yang telah banyak memberi arahan, saran, serta nasihat yang bermanfaat.
9. Seluruh dosen di Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada peneliti selama perkuliahan.
10. Keluarga tercinta khususnya mama, papa, dan abang yang sangat berjasa dan selalu memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang tidak henti-hentinya untuk peneliti.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
11. Sahabat peneliti sejak awal perkuliahan di Grup Sajuak, yaitu Nur Shabrina Nasution, Nur Via Ananta, Putri Khairunnisa, dan Zuriatul Mawaddah yang selalu mendukung peneliti.
 12. Sahabat peneliti sejak awal perkuliahan di Grup Aku Cantik, yaitu Muhammad Nazaruddin Marpaung dan M. Wira Ade Kusuma yang selalu mendukung satu sama lain untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
 13. Rekan-rekan MEDIA-SI yang selalu bekerja sama dalam berbagai kegiatan selama perkuliahan.
 14. Teman seperjuangan di Angkatan 21 dan Kelas A yang telah banyak memberikan pengalaman selama perkuliahan.
 15. Sahabat peneliti lainnya, yaitu Anis Aprilia, Muhimmatul Faizah, Nasya Amirah Meylani, Kak Riskina Saputri, Neha Mella Cia, Amelia Sekar Ayu Pramesti, Fitri Wahyuni, Irgi Febriani, Putri Syazirah, Siti Nurhaliza, Aulia Kartika Dewi, dan Ryan Handhianto yang juga memberikan dukungan dan bantuan kepada peneliti hingga Tugas Akhir ini selesai.
 16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga segala doa dan dorongan yang telah diberikan selama ini menjadi amal kebajikan dan mendapat balasan setimpal dari Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*. Peneliti menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Peneliti berharap untuk kritik dan saran yang membangun yang dapat disampaikan melalui *e-mail* 12150320177@students.uin-suska.ac.id atau indahnirwana30@gmail.com untuk Tugas Akhir ini dan semoga Laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 03 Februari 2025

Peneliti,

UIN SUSKA RIAU

INDAH NIRWANA
NIM. 12150320177

SWITCHING BEHAVIOR PADA M-COMMERCE TERHADAP LOYALITAS: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

INDAH NIRWANA
NIM: 12150320177

Tanggal Sidang: 14 Januari 2025
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

m-Commerce telah mengubah pola belanja konsumen dengan menyediakan kemudahan akses dan personalisasi layanan melalui perangkat *mobile*. Namun loyalitas konsumen di *m-Commerce* seringkali terancam oleh persaingan yang ketat dan kecenderungan konsumen untuk berpindah ke platform lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis *switching behavior* pada *m-Commerce* terhadap loyalitas konsumen melalui pendekatan *Systematic Literature Review*. Penelitian ini menggunakan Metode *Bibliometric* dengan bantuan *software RStudio* untuk menganalisis literatur ilmiah dari *database Scopus* periode 2014 sampai 2024. Analisis dilakukan pada jumlah publikasi, jurnal yang paling relevan, penulis paling produktif, kontribusi negara penelitian, *keyword* yang paling banyak digunakan, pola kolaborasi antar negara, serta mengidentifikasi *trend topic* untuk melihat bagaimana perkembangan *switching behavior* pada *m-Commerce* terhadap loyalitas. Hasil menunjukkan bahwa tema *Alternative Attractiveness*, *Mobile Shopping*, *Perceived Value*, *Trust*, *Artificial Neural Network*, *e-Commerce*, dan *Brand Image* merupakan tema yang perlu dikembangkan lagi di masa depan.

Kata Kunci: *bibliometric*, loyalitas, *m-Commerce*, *switching behavior*, *systematic literature review*

UIN SUSKA RIAU

SWITCHING BEHAVIOR ON M-COMMERCE TOWARDS LOYALTY: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

INDAH NIRWANA
NIM: 12150320177

Date of Final Exam: January 14th 2025
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

m-Commerce has changed consumer shopping patterns by providing easy access and personalized services through mobile devices. However, consumer loyalty in m-Commerce is often threatened by intense competition and the tendency of consumers to move to other platforms. This research aims to identify and analyze switching behavior in m-Commerce towards consumer loyalty through the Systematic Literature Review approach. This research uses Bibliometric Methods with the help of RStudio software to analyze scientific literature from the Scopus database for the period 2014 until 2024. The analysis was conducted on the number of publications, the performance of the most relevant journals, the most productive authors, measuring the contribution of research countries, the most used keywords, the pattern of collaboration between countries, and identifying trend topics to see how the development of switching behavior in m-Commerce towards loyalty. The results show that the themes of Alternative Attractiveness, Mobile Shopping, Perceived Value, Trust, Artificial Neural Network, e-Commerce, and Brand Image are themes that need to be developed again in the future.

Keywords: *bibliometric, loyalty, m-Commerce, switching behavior, systematic literature review*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
LANDASAN TEORI	5
2.1 Perilaku Konsumen	5
2.2 <i>Switching Behavior</i>	5
2.3 <i>Mobile Commerce</i>	6
2.4 Loyalitas	7
2.5 Perkembangan dan Tren dalam <i>m-Commerce</i>	7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6	<i>Bibliometric</i>	9
2.7	Penelitian Terdahulu	10
	METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1	Perencanaan	14
3.2	Identifikasi <i>Keyword</i>	15
3.3	Mencari Artikel di <i>Database Scopus</i>	16
3.3.1	Batasan <i>Search within All Fields</i>	16
3.3.2	Batasan Tahun 2014 sampai 2024	16
3.3.3	Batasan Bahasa Inggris	17
3.3.4	Batasan Final Publikasi	17
3.3.5	Batasan Jurnal	17
3.3.6	Batasan Dokumen Artikel	17
3.3.7	Batasan Dokumen Open Akses	17
3.4	<i>Bibliometric</i> dan <i>Biblioshiny</i>	17
3.4.1	Publikasi Artikel Pertahun	18
3.4.2	Rata-Rata Kutipan Pertahun	18
3.4.3	Jurnal yang Paling Relevan	19
3.4.4	Penulis yang Paling Relevan	19
3.4.5	<i>Keyword</i> Paling Relevan	19
3.4.6	<i>World Cloud</i>	20
3.4.7	Kolaborasi Negara	20
3.4.8	Tren Topik	20
3.5	Tren <i>Switching Behavior, m-Commerce</i> dan Loyalitas	21
3.5.1	Peta Tematik (<i>Thematic Map</i>)	21
3.5.2	Klaster Berdasarkan Topik	22
3.5.3	Klaster Berdasarkan Metode	22
3.5.4	Klaster Berdasarkan Tujuan	22
3.5.5	Klaster Berdasarkan Variabel	22
3.5.6	Klaster Berdasarkan Kata Kunci	23
3.5.7	Klaster Berdasarkan Negara Studi Kasus	23
3.5.8	Klaster Berdasarkan Penulis dan Afiliasi	23
3.5.9	Klaster Berdasarkan Tahun, Jumlah Sitasi, dan Kuartil	23
	HASIL ANALISA	25
4.1	Identifikasi Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

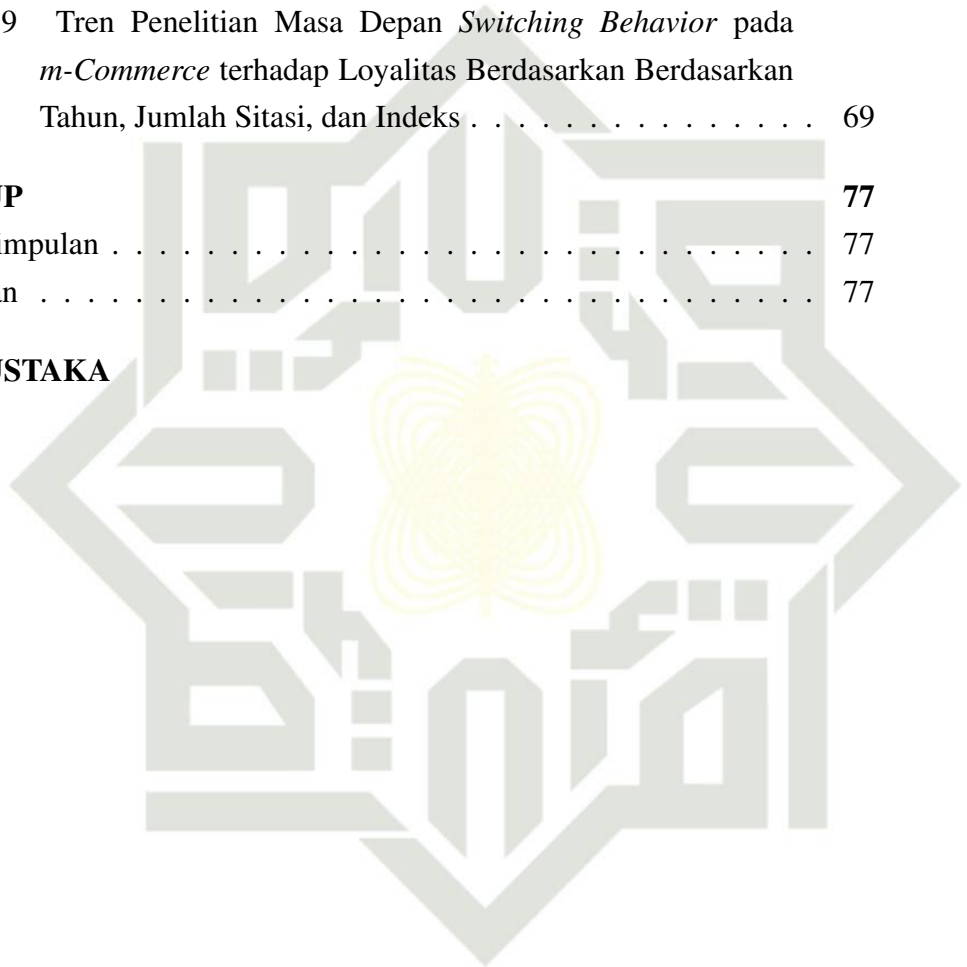
4.1.1	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Publikasi	25
4.1.2	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Rata-Rata Kutipan per Tahun	26
4.1.3	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Jurnal yang Paling Relevan	28
4.1.4	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Penulis yang Paling Relevan	29
4.1.5	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Produksi Negara dari Waktu ke Waktu	29
4.1.6	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan <i>Keyword</i> yang Paling Relevan	30
4.1.7	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Kolaborasi Negara	32
4.1.8	Perkembangan Penelitian <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan <i>Tren Topics</i> . . .	33
4.2	Tren Penelitian Masa Depan tentang <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas	34
4.2.1	Tren Penelitian Masa Depan tentang <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Peta Tematik (<i>Thematic Map</i>)	35
4.2.2	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan <i>Publisher</i> dan Topik	38
4.2.3	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Analisis	43
4.2.4	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Tujuan	46
4.2.5	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Variabel	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.6	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Kata Kunci	56
4.2.7	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Negara Studi Kasus	60
4.2.8	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Penulis dan Afiliasi	63
4.2.9	Tren Penelitian Masa Depan <i>Switching Behavior</i> pada <i>m-Commerce</i> terhadap Loyalitas Berdasarkan Berdasarkan Tahun, Jumlah Sitasi, dan Indeks	69
PENUTUP		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

2.1	Halaman <i>Bibliometrix</i> Sebelum Impor Data	10
2.2	Halaman <i>Bibliometrix</i> Setelah Impor Data	10
3.1	Metodologi Penelitian	14
3.2	Pencarian <i>Keyword</i> di <i>Database Scopus</i>	16
4.1	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Publikasi	25
4.2	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Rata-Rata Kutipan Pertahun	27
4.3	Produksi Negara dari Waktu ke Waktu	30
4.4	<i>World Cloud</i>	31
4.5	Perkembangan Penelitian Berdasarkan <i>Keyword</i> yang Paling Relevan	31
4.6	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Kolaborasi Negara	32
4.7	Perkembangan Penelitian Berdasarkan <i>Tren Topics</i>	34
4.8	Peta Tematik (<i>Thematic Map</i>)	35

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu	10
4.1	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Jurnal yang Paling Relevan .	28
4.2	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Penulis yang Paling Relevan	29
4.3	Interpretasi Visual Berdasarkan Peta Tematik	37
4.4	Klaster yang Berkembang Berdasarkan Peta Tematik	37
4.5	Jumlah Dokumen Klaster yang Dibahas	38
4.6	Klaster Berdasarkan <i>Publisher</i> dan Topik	38
4.7	Klaster Berdasarkan Analisis	43
4.8	Klaster Berdasarkan Tujuan	46
4.9	Klaster Berdasarkan Variabel	52
4.10	Klaster Berdasarkan Kata Kunci	56
4.11	Klaster Berdasarkan Negara Studi Kasus	61
4.12	Klaster Berdasarkan Penulis dan Afiliasi	64
4.13	Klaster Berdasarkan Tahun, Jumlah Sitasi, dan Indeks	69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR SINGKATAN

3PL	: <i>Third-Party Logistics</i>
AI	: <i>Artificial Intelligence</i>
CE	: <i>Customer Engagement</i>
Covid-19	: <i>Coronavirus Disease 2019</i>
CPCL	: <i>Classification by Preferential Clustered Link</i>
ECM	: <i>Expectation Confirmation Model</i>
<i>e-Commerce</i>	: <i>Electronic Commerce</i>
<i>e-Mail</i>	: <i>Electronic Mail</i>
HIMASI	: Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi
ISNC	: <i>Information System Networking Club Research</i>
LCC	: <i>Low Cost Carrier</i>
<i>m-Commerce</i>	: <i>Mobile Commerce</i>
MDA	: <i>Mechanics, Dynamics, and Aesthetics</i>
<i>m-Government</i>	: <i>Mobile Government</i>
<i>m-Wallet</i>	: <i>Mobile Wallet</i>
MEDIA-SI	: MEDIA Sistem Informasi
MVAS	: <i>Mobile Value Added Services</i>
OCE	: <i>Online Customer Experience</i>
ORPI	: <i>Online Repurchase Intention</i>
P2P	: <i>Peer to Peer</i>
PI	: <i>Purchase Intention</i>
PPM	: <i>Push-Pull-Mooring</i>
SLR	: <i>Systematic Literature Review</i>
<i>s-Commerce</i>	: <i>Social Commerce</i>
SNG	: <i>Social Network Game</i>
SOR	: <i>Stimulus Organism Response</i>
SJR	: <i>Scimago Journal Rank</i>
TCT	: <i>Technology Continuance Theory</i>
TPB	: <i>Theory of Planned Behavior</i>
WOM	: <i>Word of Mouth</i>
WOMC	: <i>Word of Mouth Communication</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Systematic Literature Review (SLR) merupakan metode penelitian yang formal dan terstruktur yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis literatur terkait topik atau pertanyaan tertentu secara sistematis (Carver, Hassler, Hernandes, dan Kraft, 2013). Dalam bidang pemasaran dan teknologi, SLR menjadi pendekatan yang ideal untuk mendalami fenomena seperti *switching behavior* dan loyalitas konsumen dalam konteks *m-Commerce* karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyaring dan menganalisis berbagai penelitian terdahulu secara komprehensif (Tariq, Azam, Anwar, Zahoor, dan Muzaffar, 2020), sehingga dapat mengungkap pola perilaku konsumen, tren terkini (Masciari, Umair, dan Ullah, 2024; Mumali, 2022), serta faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas dan peralihan konsumen. Pendekatan SLR memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara perilaku konsumen, loyalitas, dan peran teknologi berbasis perangkat *mobile* yang pada akhirnya dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi yang lebih efektif di era digital.

Perilaku konsumen sendiri merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran dan menjadi topik yang relevan dalam bidang sistem informasi, terutama dalam analisis data dan implementasi teknologi untuk memahami pola interaksi konsumen (Yadav dan Pavlou, 2020). Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana individu atau kelompok membuat keputusan terkait pembelian yang dapat dianalisis melalui sistem berbasis data. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi digital dan integrasi sistem informasi telah secara signifikan mengubah pola berbelanja konsumen, terutama dengan populernya internet dan perangkat *mobile* (Wilson, Brown, dan Johnson, 2024). Salah satu perubahan besar dalam perilaku konsumen adalah pergeseran dari belanja yang sebelumnya konvensional menuju *online* (Eger, Komárková, Egerová, dan Mičík, 2021). Hal ini semakin dipermudah dengan kehadiran *mobile commerce* (*m-Commerce*) yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi dengan lebih mudah dan cepat melalui perangkat *mobile* (Lucas, Lunardi, dan Dolci, 2023).

Hadirnya *m-Commerce* telah mengubah perilaku belanja konsumen secara signifikan yang memungkinkan transaksi melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone* atau *tablet* (Khan dkk., 2021; Lucas dkk., 2023). *m-Commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja dengan ak-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ses internet serta menawarkan penawaran yang dipersonalisasi, rekomendasi produk dan notifikasi promosi untuk meningkatkan loyalitas konsumen (Hoang dan Viet, 2020; Xiao, Lu, Guo, dan Feipeng, 2020). Namun loyalitas konsumen dalam *m-Commerce* tidak mudah dipertahankan karena persaingan yang ketat memungkinkan konsumen dengan mudah membandingkan harga dan ulasan dari berbagai platform, sehingga mereka dapat berpindah ke pesaing yang menawarkan penawaran lebih menarik (Botero dkk., 2021).

Untuk membangun dan memperkuat loyalitas dalam *m-Commerce*, banyak perusahaan yang menerapkan program loyalitas digital (Rahman, 2021). Program ini biasanya menawarkan berbagai insentif seperti poin belanja, diskon eksklusif hingga *cashback* bagi konsumen yang melakukan transaksi melalui aplikasi *mobile* (Santos, Marinho, dan Bernardino, 2023). Insentif semacam ini bertujuan untuk mendorong pembelian berulang sekaligus memperkuat hubungan konsumen dengan platform atau merek. Selain itu banyak platform *m-Commerce* juga menggunakan teknik gamifikasi seperti penghargaan atau sistem tingkatan pengguna yang meningkatkan keterlibatan konsumen dan membuat pengalaman berbelanja lebih interaktif serta menyenangkan (Bauer, Linzmajer, Nagengast, Rudolph, dan D’Cruz, 2020).

Selain itu, kepercayaan menjadi unsur kunci dalam membangun loyalitas konsumen di dunia *m-Commerce* (Zhang, Jun, Palacios, dan Sergio, 2023). Konsumen yang merasa bahwa platform *m-Commerce* dapat dipercaya, aman dan responsif terhadap kebutuhan mereka akan lebih cenderung untuk terus setia. Aspek-aspek seperti pelayanan pelanggan yang memuaskan, kecepatan pengiriman serta kemudahan dalam proses pengembalian barang juga berperan besar dalam membentuk kepercayaan konsumen yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka terhadap platform tersebut (Rutström, 2022).

Dalam penelitian Hamzah, Purwati, Jamal, Rizki, dkk. (2021) membahas tentang peran kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) pada hubungan antara kepercayaan pelanggan (*Customer Trust*) dan pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna (*user experience*) berpengaruh positif dan signifikan dalam membangun loyalitas. Penelitian Zhang, Zhang, Wang, dan Jiguang (2022) juga menyebutkan dibandingkan dengan belanja *offline*, konsumen yang berbelanja *online* karena keterbatasan waktu dan ruang menunjukkan karakteristik pembelian impulsif yang lebih jelas. Dalam konteks *m-Commerce*, konsumen dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja melalui perangkat *mobile*, yang meningkatkan

frekuensi pembelian dan memicu perilaku impulsif, terutama melalui fitur seperti *live streaming*, *push notifications*, penawaran *real-time*, dan interaksi sosial *commerce*.

Menurut Bhattacharyya dan Dash (2022) fenomena peralihan konsumen yang juga dikenal sebagai *switching behavior* atau *customer churn* menjadi semakin populer seiring kemajuan teknologi digital dan meningkatnya akses konsumen terhadap informasi dan pilihan. *Switching behavior* merupakan tantangan utama dalam *m-Commerce*, terutama karena konsumen semakin mudah berpindah ke platform lain yang menawarkan harga lebih kompetitif atau pengalaman belanja yang lebih baik.

Dengan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian literatur yang sistematis terhadap *switching behavior* dalam *m-Commerce* terhadap loyalitas konsumen. Kajian ini akan menggunakan *database* Scopus untuk mengidentifikasi dan menganalisis literatur ilmiah yang relevan serta mengeksplorasi strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk membangun loyalitas yang lebih kuat di era digital. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika loyalitas konsumen di *m-Commerce* dan faktor-faktor yang memengaruhinya serta memberikan wawasan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi loyalitas yang lebih efektif di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menganalisis perkembangan dan tren *switching behavior* pada *m-Commerce* terhadap loyalitas menggunakan pendekatan *Bibliometric* melalui *software* RStudio.

1. Batasan Masalah

Batasan masalah Tugas Akhir ini adalah:

1. Penelitian ini menggunakan metode *Bibliometric* dari *software* R Studio.
2. Penelitian ini *me-review* artikel jurnal internasional dari *Database* Scopus.
3. Artikel yang digunakan adalah artikel tahun 2014 sampai 2024.

1.4 Tujuan

Tujuan Tugas Akhir ini adalah:

1. Mengidentifikasi perkembangan *switching behavior* pada *m-Commerce* terhadap loyalitas dengan pendekatan *Bibliometric*.
2. Mengidentifikasi tren penelitian masa depan tentang *switching behavior*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada *m-Commerce* terhadap loyalitas.

Manfaat

Manfaat Tugas Akhir ini adalah:

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana perkembangan *switching behavior* pada *m-Commerce* terhadap loyalitas dengan pendekatan *Bibliometric*.
2. Memberikan rekomendasi tentang tren penelitian masa depan *switching behavior* pada *m-Commerce* terhadap loyalitas di masa depan.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 1 pada Tugas Akhir ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan Tugas Akhir.

BAB 2. LANDASAN TEORI

BAB 2 pada Tugas Akhir ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

BAB 3 ini menjelaskan alur dari penelitian ini, yang mana penelitian ini dimulai melalui tahap tahap perencanaan, identifikasi *keyword*, pencarian artikel Scopus, *Bibliometric* dan *Biblioshiny* serta tren masa depan *switching behavior*.

BAB 4. HASIL DAN ANALISA

BAB 4 ini berisi tentang hasil dan analisa *systematic literature review* tentang *switching behavior* terhadap loyalitas pada *m-Commerce*.

BAB 5. PENUTUP

BAB 5 Tugas Akhir ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari peneli-

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merujuk pada tindakan, keputusan, dan proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok saat memilih, membeli dan menggunakan dan membuang barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka (Solomon, 2010). Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan situasional (Gazzafi, 2020). Menurut Makhrouf, Chouhbi, dkk. (2024), perilaku konsumen tidak hanya melibatkan tindakan nyata seperti pembelian tetapi juga aspek-aspek emosional dan mental yang melibatkan persepsi, sikap, dan motivasi. Pada era digital perilaku konsumen semakin dipengaruhi oleh teknologi yang memudahkan interaksi konsumen dengan produk dan layanan secara *online* termasuk melalui platform *m-Commerce*.

Dalam konteks *m-Commerce*, perilaku konsumen mencakup bagaimana individu menggunakan perangkat *mobile* untuk menjelajahi, mencari informasi, dan melakukan pembelian (Lucas dkk., 2023). Hal ini melibatkan aspek kemudahan penggunaan (*usability*), keamanan, kenyamanan, serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi adopsi teknologi dan keputusan pembelian secara *online* (Nguyen, LE, dan Nguyen, 2021). Pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen di *m-Commerce* menjadi penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya membangun loyalitas.

2.2 Switching Behavior

Switching behavior merujuk pada perilaku konsumen yang berpindah dari satu penyedia layanan ke penyedia lainnya dan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Keaveney (1995), terdapat empat penyebab utama yang mendorong perilaku beralih, di antaranya adalah harga, ketidaknyamanan, kegagalan layanan inti, dan respons karyawan terhadap kegagalan layanan. Dalam konteks ini, teori *Customer Switching Behavior* yang dikemukakan oleh Morgan (1994) menyoroti pentingnya kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan biaya beralih sebagai variabel independen yang mempengaruhi niat beralih pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap peralihan adalah penentu terpenting dalam keputusan konsumen untuk beralih, di mana sikap ini dipengaruhi oleh norma subyektif dan kualitas layanan yang dirasakan.

Switching behavior juga dipengaruhi oleh dinamika pasar yang selalu berkembang. Dalam lingkup global, adopsi teknologi canggih dan inovasi pro-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Loyalitas

Loyalitas pelanggan mengacu pada komitmen konsumen untuk tetap menggunakan produk atau layanan dari merek tertentu meskipun ada pilihan alternatif lain (Agha, Rashid, Rasheed, Khan, dan Khan, 2021). Oliver (1999) mendefinisikan loyalitas sebagai "komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau menggunakan kembali produk atau layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, sehingga menyebabkan pembelian berulang dengan merek yang sama atau rangkaian merek yang sama".

Dalam konteks *m-Commerce*, loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas layanan, pengalaman pengguna (*user experience*), kemudahan navigasi, serta persepsi keamanan dalam transaksi *mobile* (Singh dan Prashar, 2014; Gihan, 2024). Loyalitas tidak hanya terlihat dari pengulangan pembelian tetapi juga dari keinginan konsumen untuk merekomendasikan platform *m-Commerce* tersebut kepada orang lain. Menurut penelitian Kim, Li, dan Kim (2015), loyalitas pelanggan di *m-Commerce* dapat dibentuk melalui kepuasan yang berkelanjutan, kepercayaan, serta interaksi yang personal antara platform dan pengguna.

Untuk membangun loyalitas yang kuat di *m-Commerce*, perusahaan harus fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan yang holistik, termasuk menyediakan layanan yang responsif, personalisasi konten, serta memastikan keamanan dan privasi data pengguna (Marinkovic dan Kalinic, 2017). Loyalitas yang tinggi akan berdampak pada tingkat retensi pelanggan yang lebih baik, meningkatkan nilai seumur hidup pelanggan (*customer lifetime value*), dan menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan (McCall dan Voorhees, 2010; Hua, Wei, DeFranco, Wang, dan Dan, 2018).

2.5 Perkembangan dan Tren dalam *m-Commerce*

Perkembangan dan tren dalam perilaku konsumen di *m-Commerce* semakin menarik perhatian seiring dengan meningkatnya penggunaan perangkat *mobile* untuk berbelanja. Konsumen kini lebih mengandalkan aplikasi *mobile* dan situs web responsif untuk melakukan transaksi yang mengubah cara mereka berinteraksi dengan merek dan produk (Laukkanen, 2016). Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kenyamanan berbelanja melalui perangkat *mobile* telah menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan *m-Commerce*, di mana konsumen dapat melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja (Yaqub, Badghish, Yaqub, Ali, dan Ali, 2024).

Meskipun penggunaan *m-Commerce* meningkat, tantangan seperti kea-

manan dan privasi tetap menjadi perhatian utama bagi konsumen. Meningkatnya insiden penipuan *online* dan kebocoran data menyebabkan konsumen lebih berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi dan melakukan transaksi secara *online* (Janakiraman, Lim, dan Rishika, 2018). Oleh karena itu kepercayaan menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan di *m-Commerce* (Handoyo, 2024). Konsumen cenderung memilih merek yang menawarkan perlindungan data yang lebih baik dan transparansi dalam kebijakan privasi mereka (Acquisti, John, dan Loewenstein, 2013).

Selanjutnya analisis perilaku konsumen dalam konteks *m-Commerce* menunjukkan bahwa personalisasi pengalaman belanja menjadi penting untuk meningkatkan loyalitas (Rane, 2023). Dengan memanfaatkan data dan teknologi analitik, banyak perusahaan *m-Commerce* dapat memberikan rekomendasi yang lebih relevan kepada konsumen berdasarkan preferensi dan riwayat pembelian mereka (Xiao dkk., 2020). Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna, tetapi juga meningkatkan kemungkinan pembelian ulang yang merupakan indikator loyalitas yang signifikan.

Salah satu tren terbaru adalah penerapan teknologi kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan pembelajaran mesin (*machine learning*) untuk memahami perilaku konsumen lebih baik (Rane, 2023). Dengan analisis data yang lebih canggih perusahaan dapat mengidentifikasi pola dan tren perilaku yang sebelumnya tidak terlihat, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi pemasaran, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Penggunaan *chatbots* dan asisten virtual juga semakin umum dalam *m-Commerce*, memberikan layanan pelanggan yang cepat dan efisien serta meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya berkontribusi pada loyalitas (Jenneboer, Herrando, dan Constantinides, 2022).

Dalam upaya meningkatkan loyalitas perusahaan juga mulai menerapkan program penghargaan dan gamifikasi yang berbasis aplikasi untuk mendorong konsumen melakukan pembelian berulang (Hwang dan Choi, 2020). Dengan memberikan insentif seperti diskon atau poin loyalitas, perusahaan dapat mendorong konsumen untuk kembali dan berbelanja lebih banyak di platform mereka (Hsueh dan Chen, 2010). Program-program ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dalam *m-Commerce* adalah kunci untuk merumuskan strategi yang efektif dalam membangun loyalitas.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6 Bibliometric

Metodologi *Bibliometric* adalah pendekatan kuantitatif yang menggabungkan metode statistik dan matematis untuk menganalisis keterkaitan antara penelitian dalam suatu disiplin ilmu tertentu (Broadus, 1987; Pritchard, 1969). *Bibliometric* juga dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas penelitian di tingkat individu, institusi atau negara, serta untuk mengidentifikasi tren baru dan gap penelitian yang dapat diisi oleh studi-studi mendatang (Alsharif, Salleh, dan Baharun, 2020). Penggunaan perangkat lunak dan alat analisis *Bibliometric*, seperti VOSviewer, R, atau Bibliometrix, memungkinkan peneliti untuk memvisualisasikan pola-pola jaringan antara kutipan, kata kunci, dan penulis sehingga memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang perkembangan suatu bidang penelitian (Muñoz dkk., 2020).

Ada beberapa alat dan teknik yang digunakan dalam analisis *Bibliometric*, seperti *citation analysis* (analisis kutipan), *co-citation analysis* (analisis ko-kutipan), dan *analysis of co-authorship* (analisis kolaborasi penulis) (Gülmez, Özteke, dan Gümüş, 2021; Passas, 2024). Melalui *citation analysis* peneliti dapat mengevaluasi dampak dari suatu publikasi berdasarkan seberapa sering publikasi tersebut dikutip oleh peneliti lain (Sarli, Dubinsky, dan Holmes, 2010). *Co-citation analysis* diterapkan untuk mengeksplorasi struktur pengetahuan dan evolusi dinamis dari bidang penelitian tertentu (Wei dan Zhang, 2020).

Untuk mempermudah analisis *Bibliometric*, tersedia sebuah aplikasi bernama Biblioshiny yang berbasis web dan dikembangkan dari paket *Bibliometric* di bahasa pemrograman R (Aria dan Cuccurullo, 2017). Aplikasi ini dirancang untuk memungkinkan pengguna yang tidak terbiasa dengan pemrograman melakukan analisis *Bibliometric* secara interaktif, sehingga sangat berguna bagi peneliti tanpa keterampilan pemrograman tingkat lanjut dengan menggunakan R sebagai bahasa pemrograman untuk komputasi statistik dan grafik (Syaifullah, Arifin, dan Nordin, 2024). Dengan memanfaatkan Biblioshiny peneliti dapat melihat lebih dalam perkembangan suatu bidang studi, siapa saja penulis yang berpengaruh, serta pola kolaborasi yang terjadi di dalamnya (Thangavel dan Chandra, 2023). Biblioshiny ini sangat membantu dalam proses pemetaan literatur, terutama bagi peneliti yang ingin menelusuri lebih lanjut topik atau tren yang sedang berkembang dalam bidang penelitian mereka (Farooq, 2024). Halaman bibliometrix dapat dilihat pada Gambar 2.1 dan Gambar 2.2.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

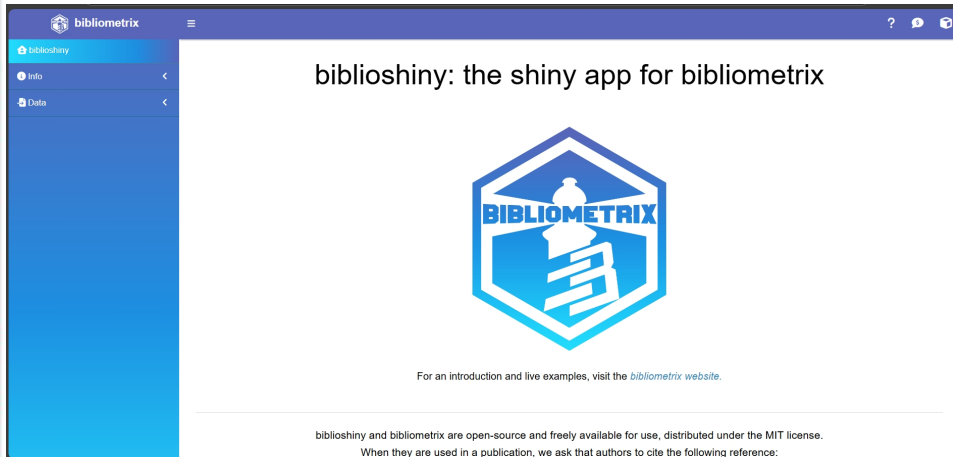
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarant mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarant mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1. Halaman *Bibliometrix* Sebelum Impor Data



Gambar 2.2. Halaman *Bibliometrix* Setelah Impor Data

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Londoño-Giraldo, López-Ramírez, dan Vargas-Piedrahita (2024)	<i>Engagement and Loyalty in Mobile Applications for Restaurant Home Deliveries</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna memengaruhi loyalitas terhadap aplikasi pemesanan makanan <i>mobile</i> dengan interaktivitas sebagai faktor penting. Kenyamanan dan keamanan juga berperan dalam membangun loyalitas pengguna.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan...)

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Herasquet, Ieva, dan Mollá-Descals (2024)	<i>Customer Inspiration in Retailing: The Role of Perceived Novelty and Customer Loyalty Across Offline and Online Channels</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa keaslian yang dirasakan berpengaruh positif terhadap inspirasi pelanggan di saluran ritel <i>offline</i> dan <i>online</i> , yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan.
Ribeiro, Barbosa, Moreira, dan Rodrigues (2024a)	<i>Customer Experience, Loyalty, and Churn in Bundled Telecommunications Services</i>	Penelitian ini menemukan bahwa pengalaman pelanggan yang baik pada layanan internet, TV, dan pusat layanan meningkatkan loyalitas dan mengurangi perpindahan merek. Loyalitas pelanggan terbukti menekan <i>churn</i> , sementara kontrak loyalitas efektif mencegah pelanggan berpindah. Temuan ini penting bagi manajer telekomunikasi untuk meningkatkan retensi di pasar yang kompetitif.
Ribeiro, Barbosa, Moreira, dan Rodrigues (2024b)	<i>Determinants of Churn in Telecommunication Services: A Systematic Literature Review</i>	Menemukan bahwa kepuasan, kualitas layanan, dan nilai layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi <i>churn</i> . Kualitas jaringan, seperti kecepatan data dan cakupan, sangat menentukan niat pelanggan untuk pindah. Meski banyak temuan, literatur masih terfragmentasi, dengan dominasi metode kuantitatif (86%). Penelitian ini mendorong pendekatan terpadu untuk memahami faktor-faktor <i>churn</i> dan mengembangkan strategi retensi yang efektif.
Bhattacharyya dan Dash (2022)	<i>What Do We Know About Customer Churn Behaviour in the Telecommunication Industry? A Bibliometric Analysis of Research Trends, 1985-2019</i>	Penelitian ini menganalisis 175 artikel tentang <i>churn</i> pelanggan di telekomunikasi dan menemukan peningkatan minat sejak 2000-an. Sepuluh tema utama, seperti prediksi <i>churn</i> dan strategi retensi, diidentifikasi. Namun, dominasi metode kuantitatif menjadi kelemahan karena kurang menggali dinamika perilaku konsumen. Studi ini merekomendasikan penggunaan metode kualitatif untuk memperdalam pemahaman dan menjembatani kesenjangan dalam penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan...)

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Thangavel dan Chandra (2023)	<i>Two Decades of m-Commerce Consumer Research: A Bibliometric Analysis Using R Biblioshiny</i>	Penelitian ini menunjukkan peningkatan riset <i>m-Commerce</i> dari 2001 hingga 2022, dengan China sebagai kontributor terbesar. Fokus riset bergeser dari adopsi ke penggunaan berkelanjutan sejak 2018, dengan tema baru seperti <i>mobile social commerce</i> dan pembayaran seluler. Analisis ini menggunakan Bibliometrix di RStudio untuk memetakan tren dan arah masa depan riset <i>m-Commerce</i> .
Mofokeng (2023)	<i>Antecedents of Trust and Customer Loyalty in Online Shopping: The Moderating Effects of Online Shopping Experience and E-Shopping Spending</i>	Penelitian ini menemukan lima faktor yang memengaruhi kepercayaan pelanggan dalam belanja online: kemudahan penggunaan, keamanan, variasi produk, dan pengiriman tepat waktu. Kepercayaan berperan sebagai mediator antara faktor tersebut dan loyalitas pelanggan. Pengalaman belanja dan pengeluaran <i>e-Shopping</i> memoderasi pengaruh variasi produk terhadap kepercayaan.
Bhattacharyya dan Dash (2021)	<i>Investigation of Customer Churn Insights and Intelligence from Social Media: A Netnographic Research</i>	Penelitian ini menganalisis <i>churn</i> pelanggan melalui media sosial dan menemukan bahwa masalah kecepatan data, cakupan layanan, hubungan yang buruk, dan tagihan memicu ketidakpuasan. Pelanggan loyal merasa diabaikan saat masalah tidak segera diselesaikan, meski layanan pelanggan ramah. Studi ini menekankan pentingnya memahami harapan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan, mengurangi <i>churn</i> , dan memperkuat loyalitas.

Pada Tabel 2.1 penelitian-penelitian yang dikaji menunjukkan pola yang kuat dalam mengeksplorasi faktor-faktor loyalitas pelanggan dan *churn* dalam berbagai konteks industri seperti telekomunikasi, *e-Commerce* dan ritel (Ribeiro dkk., 2024a, 2024b) menitikberatkan pada pengalaman pelanggan dan kualitas layanan sebagai pendorong utama loyalitas dan retensi dalam layanan telekomunikasi dengan tantangan literatur yang masih bersifat terfragmentasi dan dominasi metode kuantitatif. Hal ini sejalan dengan temuan Bhattacharyya dan Dash (2021) yang mengkritik pendekatan kuantitatif kurang mampu menggali dinamika perilaku

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan sehingga merekomendasikan penggunaan pendekatan kualitatif. Sementara itu, dalam konteks *m-Commerce* studi seperti Mofokeng (2023) dan Thangavel dan Chandra (2023) menunjukkan peningkatan riset yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi. Faktor-faktor seperti kepercayaan, kemudahan penggunaan dan pengalaman pelanggan muncul sebagai variabel kunci dalam membentuk loyalitas. Londoño-Giraldo dkk. (2024) dan Frasquet dkk. (2024) menambahkan dimensi baru seperti keterlibatan pengguna dan inspirasi pelanggan yang menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya bergantung pada kepuasan fungsional, tetapi juga pada aspek emosional dan pengalaman pelanggan yang mendalam. Dengan demikian, ada tren kuat menuju pendekatan integratif yang mempertimbangkan aspek fungsional dan emosional serta kebutuhan untuk memadukan metode kuantitatif dan kualitatif. Analisis ini menunjukkan adanya keterkaitan antara kualitas layanan, keterlibatan pengguna dan loyalitas pelanggan dengan relevansi strategi retensi yang beragam di tiap konteks industri.

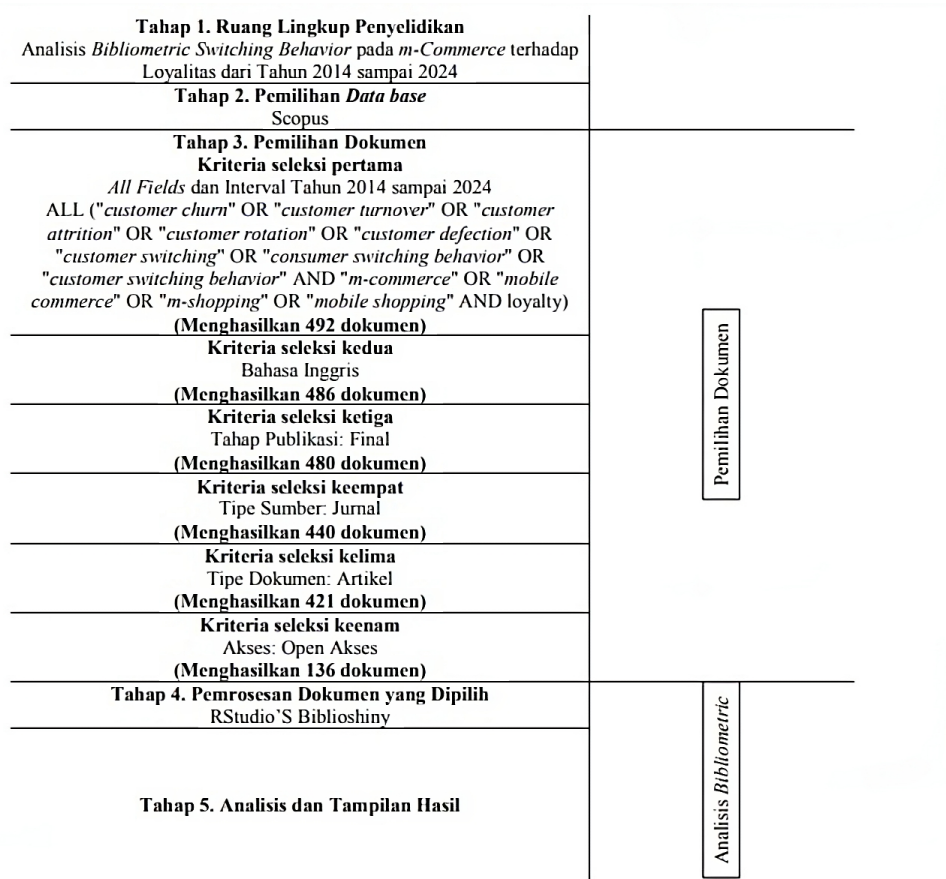
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Perencanaan



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian
Sumber: (Thangavel dan Chandra, 2023)

Metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1. Tahap perencanaan dimulai dengan penentuan tema, yang merupakan ide sentral yang menjadi fokus dalam penelitian. Dalam studi ini, tema yang diangkat adalah *switching behavior*, *m-Commerce*, dan loyalitas yang dipilih berdasarkan relevansi dan kebutuhan untuk memahami dinamika perilaku konsumen dalam konteks digital. Setelah menetapkan tema, peneliti melakukan pencarian kata kunci yang diperlukan untuk pengambilan data dari *database* seperti Scopus (Maalej dan Kallel, 2020).

Peneliti mengumpulkan sejumlah jurnal dan artikel yang berkaitan dengan *switching behavior*, *m-Commerce*, dan loyalitas untuk menentukan kata kunci yang tepat. Berdasarkan analisis terhadap literatur yang ada, peneliti memilih kata kunci

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti *switching behavior*, *m-Commerce*, dan *consumer loyalty*. Pemilihan kata kunci ini penting karena *m-Commerce* terus berkembang (Escursell, Massana, Roncero, dan Blanca, 2021) dan menjadi pilihan utama bagi konsumen, sementara perilaku berpindah layanan dan loyalitas sangat memengaruhi strategi pemasaran di era digital.

Meskipun topik ini telah diteliti, masih terdapat celah dalam pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana perilaku berpindah layanan berdampak pada loyalitas konsumen dalam konteks *m-Commerce* (Kumar, Pandey, Lim, Chatterjee, dan Pandey, 2021). Oleh karena itu, peneliti berupaya memberikan kontribusi dengan mengeksplorasi perkembangan dan tren masa depan terkait *switching behavior*, *m-Commerce*, dan loyalitas. Selanjutnya peneliti melakukan pengumpulan data melalui studi literatur menggunakan metode *Bibliometric* dengan bantuan *software* RStudio.

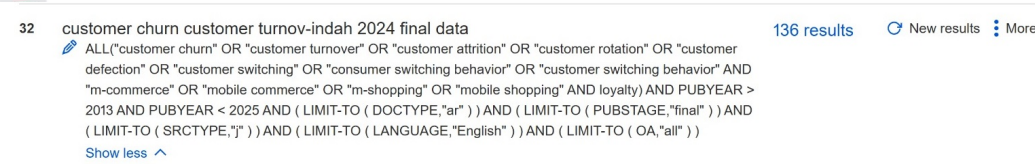
3.2 Identifikasi Keyword

Identifikasi *keyword* merupakan langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk menentukan *keyword* yang digunakan dalam penelitian (Eads, Schofield, Mahootian, Mimno, dan Wilderom, 2021). Proses ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai artikel dan jurnal yang relevan terkait *Switching Behavior*, *m-Commerce* dan Loyalitas. Dalam analisis *Bibliometric*, *keyword* berperan penting untuk membantu peneliti dalam mengevaluasi tren, jumlah publikasi, dan pengaruh penelitian dalam topik tertentu. Selain itu, *keyword* digunakan untuk menyederhanakan proses pencarian dan memahami literatur ilmiah yang relevan di bidang terkait (Alvarez, Ishizaka, dan Martínez, 2021). Untuk menyusun *keyword* yang tepat, peneliti sering memanfaatkan operator logika Boolean seperti AND dan OR agar mendapatkan hasil yang maksimal dan relevant (Jabali, Waris, Khan, Ahmed, dan Hourani, 2022; Castañeda, Sánchez, Herrera, dan Mejía, 2022).

Penelitian ini menggunakan *keyword* pencarian "*Switching Behavior*", "*m-Commerce*" dan "*Loyalitas*" dengan *syntax* pencarian: ALL ("*customer churn*" OR "*customer turnover*" OR "*customer attrition*" OR "*customer rotation*" OR "*customer defection*" OR "*customer switching*" OR "*consumer switching behavior*" OR "*customer switching behavior*" AND "*m-Commerce*" OR "*mobile commerce*" OR "*m-shopping*" OR "*mobile shopping*" AND *loyalty*) AND PUBYEAR > 2013 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar")) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE, "final")) AND (LIMIT-TO (SRCTYPE, "j")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE, "English")) AND (LIMIT-TO (OA, "all")). *Keyword* inilah

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang nantinya digunakan peneliti dalam mencari data di *database* Scopus mengenai topik tersebut. Pencarian *keyword* dalam *database* Scopus dapat dilihat pada gambar Gambar 3.2.



Gambar 3.2. Pencarian *Keyword* di *Database* Scopus

3.3 Mencari Artikel di *Database* Scopus

Penelitian terkait *switching behavior* tersedia dalam berbagai media publikasi ilmiah seperti jurnal, prosiding konferensi, dan buku yang memiliki standar kualitas yang berbeda. Salah satu indikator kualitas tersebut adalah adanya proses *peer review* (Tennant, Hellauer, dan Tony, 2020). Oleh karena itu studi ini memilih Scopus sebagai sumber data, karena artikel yang terindeks di dalamnya telah melalui proses peninjauan oleh pakar di bidangnya. Scopus sendiri merupakan basis data kutipan dan abstrak yang diawasi oleh profesional berpengalaman (Maalej dan Kallel, 2020). Berdasarkan informasi dari website Scopus (www.Scopus.com) yang diakses 05 Desember 2024 dan dihasilkan data sebanyak 492 artikel yang sesuai dengan tema penelitian. Menurut Saleh, Sumarni, dkk. (2016) Scopus merupakan sebuah pusat data terbesar di dunia yang mencakup jutaan literatur ilmiah yang terbit sejak puluhan tahun lalu oleh Elsevier. Scopus membantu para peneliti untuk melakukan penelusuran, menganalisis, dan memvisualisasikan sebuah penelitian dengan efektif (Chiu, Fan, Nam, dan Sun, 2021). Namun dari 492 jurnal tersebut penelitian membatasi dengan beberapa ketentuan sehingga didapatkan data sebanyak 136 artikel.

3.3.1 Batasan *Search within All Fields*

Berdasarkan pencarian dalam *database* Scopus maka peneliti membatasi pencarian *all fields* agar mendapatkan data yang sesuai dengan tema penelitian (Maalej dan Kallel, 2020). Selain itu penggunaan filter ini bertujuan untuk mempersempit hasil pencarian agar relevansi dengan topik yang diteliti semakin tinggi.

3.3.2 Batasan Tahun 2014 sampai 2024

Membatasi penerbitan artikel dari tahun 2014 sampai 2024, ini bertujuan untuk mendapatkan data penelitian yang sesuai dan terbaru (Maalej dan Kallel, 2020). Dengan demikian, penelitian yang diperoleh akan lebih menggambarkan tren dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

temuan terbaru dalam topik yang dibahas.

3.3.3 Batasan Bahasa Inggris

Peneliti juga membatasi bahasa, dimana bahasa yang dibatasi hanya bahasa Inggris. Tujuannya agar mendapatkan data dalam bahasa Inggris yang tidak bercampur dengan jurnal penelitian dalam bahasa lainnya (Chiu dkk., 2021).

3.3.4 Batasan Final Publikasi

Dalam penelitian ini, peneliti hanya memilih artikel yang telah mencapai status publikasi final. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa dokumen yang digunakan telah melalui proses penyuntingan dan peer-review secara menyeluruh untuk memastikan kualitas literatur ilmiah (Rowland, 2002). Artikel dengan status publikasi sementara, seperti *in press* atau *preprint*, dikecualikan untuk menjaga validitas analisis.

3.3.5 Batasan Jurnal

Dalam melakukan pencarian data dalam *database* Scopus peneliti juga membatasi media publikasi atau menentukan tipe dokumen berupa artikel dan *source type* jurnal. Tujuan peneliti membatasi tipe dokumen agar memperkecil jangkauan.

3.3.6 Batasan Dokumen Artikel

Peneliti hanya menggunakan dokumen berupa artikel jurnal yang terindeks dalam Scopus. Dokumen seperti prosiding konferensi, buku atau bab buku tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi dan memastikan bahwa sumber data berasal dari publikasi ilmiah yang diakui secara internasional.

3.3.7 Batasan Dokumen Open Akses

Peneliti membatasi penggunaan dokumen pada artikel yang memiliki akses terbuka (*open access*). Tujuannya adalah untuk mempermudah proses pengambilan data dan memastikan bahwa artikel dapat diakses secara penuh tanpa hambatan sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis secara komprehensif (Carroll, 2011). Artikel yang memerlukan langganan atau pembelian khusus tidak dimasukkan dalam lingkup penelitian ini.

3.4 Bibliometric dan Biblioshiny

Biblioshiny untuk *Bibliometric* adalah perangkat lunak Java yang dikembangkan oleh Massimo Aria dari Universitas Napoli Federico. Biblioshiny meng-

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gabungkan fungsional *Bibliometric* paket dengan kemudahan penggunaan aplikasi web menggunakan lingkungan paket Shiny (Huang dkk., 2021). Hasil yang ditemukan dari penggunaan R *Bibliometric* adalah kumpulan data (informasi utama, produksi ilmiah tahunan dan plot tiga bidang), pendekatan saintometri ini menggabungkan alat analisis kinerja dan alat pemetaan dalam *Bibliometric* untuk menganalisis bidang penelitian, generalisasi dan visualisasi subdomain konseptual serta mengembangkan evolusi tematik pada topik penelitian tertentu (Rusliana, Komaludin, dan Firmansyah, 2022).

Dalam membentuk penelitian dengan pendekatan *Bibliometric*, ada dua aspek yang perlu dilengkapi, yaitu pemetaan *Bibliometric* dan penjelasan temuan *Bibliometric*, serta penyajian grafis (Taqi, Rusydiana, Kustiningsih, dan Firmansyah, 2021). Metode kuantitatif analisis bibliografi meliputi kutipan analisis, grafik kutipan, faktor dampak, angka *Hirsch*, dan altmetrik. Namun baik ukuran kualitatif maupun kuantitatif digunakan untuk menangkap produktivitas dan kualitas pekerjaan sedang dipelajari. Penelitian secara scientometric, *Bibliometric* dan tematik ini membantu peneliti untuk menghindari kesalahan penelitian akibat bias dalam tinjauan pustaka dan bias dalam melihat perkembangan penelitian terkini (Dormezil, Khoshgoftaar, dan Bryant, 2019). Representasi grafis dari *Bibliometric* kurang mendapat perhatian, meskipun beberapa peneliti secara serius mempelajari masalah-masalah yang berkaitan dengan representasi grafis (Antonio, Rusydiana, Laila, Hidayat, dan Marlina, 2020).

3.4.1 Publikasi Artikel Per Tahun

Publikasi artikel per tahun pada *Bibliometric* diperoleh berdasarkan data yang di *input* dari data Scopus. Pengolahan data dilakukan untuk mengetahui jumlah publikasi artikel per tahun dimulai dari 2014-2024 dan untuk mengetahui pada tahun berapa publikasi artikel mengalami peningkatan. Data tersebut dapat divisualisasikan dalam bentuk grafik atau lainnya, sehingga memungkinkan para peneliti untuk mendapatkan wawasan tentang publikasi artikel per tahun (Correa, Muñoz-Leiva, Bakucz, dan Márta, 2018).

3.4.2 Rata-Rata Kutipan Per Tahun

Analisis *Bibliometric* juga dapat mengevaluasi rata-rata kutipan per tahun, yang memberikan informasi mengenai seberapa sering artikel tertentu dirujuk oleh peneliti lain dalam periode waktu tertentu. Rata-rata kutipan per tahun mencakup data *Mean Total Citation per Year*, yang merupakan salah satu indikator untuk menilai frekuensi kutipan sebuah artikel dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, data

Citable Years menjadi pertimbangan penting dalam memahami durasi kutipan suatu artikel dan kontribusinya terhadap literatur ilmiah (Yu, Xu, Pedrycz, dan Wang, 2017).

3.4.3 Jurnal yang Paling Relevan

Jurnal saat ini memainkan peran penting dalam menerbitkan artikel ilmiah, peran jurnal tidak hanya berisi perkembangan terkini pengetahuan, namun sebagai sarana mengkomunikasikan temuan penelitian-penelitian terbaru, peran jurnal dalam menyediakan data ilmiah dianggap sebagai cara terbaik dalam penyebaran pengetahuan (Watrianthos, Sagala, Syafriyetti, Yuhefizar, dan Mesran, 2023). Data ilmiah yang tersimpan dan dipublikasikan menjadikannya terbuka terhadap pemikiran inventif dan membuka ruang untuk inovasi (Abdollahi, Rejeb, Rejeb, Mostafa, dan Zailani, 2021). Keterlibatan jurnal ilmiah dalam kontribusi pengetahuan menjadikannya perlu dievaluasi secara berkala (Karishma dkk., 2021). Hal ini menjadikan jurnal dapat dikategorikan ke dalam kelompok dan di rangking menggunakan berbagai metrik. Dampak dan prestise pada suatu jurnal tidak dapat dicirikan dalam satu hal saja, misalnya dampak faktor, namun banyak parameter lain juga mempengaruhinya (Palla, Tibély, Mones, Pollner, dan Vicsek, 2015).

3.4.4 Penulis yang Paling Relevan

Analisis *Bibliometric* menyajikan hasil dari data yang diambil dari Scopus mengenai penulis yang paling relevan. Dalam konteks ini, istilah Penulis Paling Relevan dan Produktif merujuk pada penulis yang menunjukkan pengaruh dan tingkat produktivitas yang signifikan dalam bidang penelitian atau topik tertentu. Penulis tersebut sering kali memiliki keahlian atau pengetahuan mendalam tentang subjek yang diteliti. Relevansi seorang penulis dapat diukur berdasarkan dampak karya-karya mereka terhadap kemajuan dalam bidang tersebut (Soler, Toril, Valenciano, dan Pablo, 2020).

3.4.5 Keyword Paling Relevan

Dalam *Bibliometric*, istilah *Keywords* yang paling relevan merujuk pada kata kunci yang sering digunakan atau muncul dalam suatu penelitian tertentu. Analisis *Bibliometric* terkait kata kunci relevan dapat memberikan wawasan berharga tentang perkembangan penelitian di bidang atau topik tertentu. Selain itu analisis ini juga dapat membantu para peneliti menemukan topik-topik yang paling populer atau penting dalam literatur ilmiah (Abdollahi dkk., 2021). Contohnya jika kita melakukan analisis *Bibliometric* pada bidang teknologi informasi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kata kunci yang paling relevan mungkin termasuk istilah seperti *Artificial Intelligence*, *Blockchain*, *Internet of Things*, *Big Data*, *Machine Learning*, dan *Cloud Computing*. Frekuensi penggunaan kata kunci ini dapat menunjukkan tren-tren penelitian yang sedang berkembang dan prioritas-prioritas penelitian di masa depan. Dengan demikian, analisis ini sangat berguna bagi para peneliti untuk memahami arah perkembangan penelitian dan menyesuaikan strategi penelitian mereka dengan tren-topik yang sedang populer.

3.4.6 World Cloud

WordCloud juga dikenal sebagai *Tag Cloud*, mengubah data teks menjadi pengidentifikasi, yang biasanya berupa kata tunggal yang nilai relatifnya divisualisasikan di awan berdasarkan warnanya. Tujuan penggunaan *word cloud* untuk penelitian ini pembahasannya adalah mengkaji istilah-istilah yang paling sering muncul, artinya sebagian besar analisisnya adalah dilakukan di bidang tersebut (Patil, Kumar, Rani, Agrawal, dan Pippal, 2023).

3.4.7 Kolaborasi Negara

Kolaborasi adalah diskusi, kerja sama, atau pengalaman yang dilakukan dua orang atau lebih untuk mencapai hasil positif bersama-sama (Mutia, Mahsyar, dkk., 2023). Analisis ini mencakup identifikasi negara-negara yang sering berkerjasama, pengukuran tingkat kerjasama, analisis pola kerjasama seiring waktu, dan visualisasi jaringan kerjasama. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kerja sama penelitian di seluruh dunia, menilai efek penelitian yang melibatkan kolaborasi internasional, dan membantu proses pengambilan keputusan tentang kebaruan ilmiah dan penelitian (Mustafa, Husin, Mohamad, Abdullah, dan Athiyah, 2020).

3.4.8 Tren Topik

Tren Topik dalam analisis *Bibliometric* adalah proses untuk menemukan dan memahami tren dan topik penelitian yang sedang berkembang dalam literatur ilmiah. Proses ini melibatkan penggunaan teknik visualisasi data seperti grafik garis waktu, atau peta panas untuk melihat perubahan-perubahan tersebut seiring waktu (Büyükkıdık, 2022). Selain itu, analisis tren topik juga memungkinkan klasifikasi publikasi ilmiah ke dalam sub-disiplin tertentu dan identifikasi penelitian terbaru yang relevan dalam topik-topik tersebut (Sleman, Finin, dan Halem, 2021). Analisis tren topik sangat berguna untuk menentukan arah penelitian, memahami perkembangan ilmiah, dan menemukan kolaborasi potensial dalam topik-topik yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sedang tren.

3.5 Tren *Switching Behavior*, *m-Commerce* dan Loyalitas

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital dan semakin kompetitifnya pasar *online*, topik *switching behavior*, *m-Commerce*, dan loyalitas terus mengalami pertumbuhan signifikan (Omar, Mohsen, Tsimonis, Oozeerally, dan Hsu, 2021). Dengan meningkatnya jumlah platform *m-Commerce* yang tersedia, konsumen memiliki lebih banyak pilihan, yang menyebabkan perilaku berpindah layanan (*switching behavior*) menjadi semakin umum. Tren ini dapat dianalisis menggunakan data dari platform seperti Scopus melalui metode *Bibliometric* (Bartol, Talarczyk, dan Maria, 2015). Analisis *Bibliometric* mengenai *switching behavior*, *m-Commerce*, dan loyalitas dapat divisualisasikan melalui peta tematik yang terbagi dalam beberapa kluster. Peta tematik ini tidak hanya menggambarkan hubungan antar topik, tetapi juga membantu peneliti mengidentifikasi area yang belum banyak dieksplorasi dan perkembangan terkini dalam bidang tersebut (Adams, McKenzie, dan Gahegan, 2015). Hasil dari peta tematik ini menjadi pedoman berharga bagi peneliti selanjutnya untuk menggali lebih dalam keterkaitan antara perilaku konsumen, penggunaan platform *m-Commerce*, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi loyalitas konsumen dalam konteks yang terus berubah.

3.5.1 Peta Tematik (*Thematic Map*)

Peta tematik adalah alat visual yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan topik-topik penelitian berdasarkan hubungan antar tema yang muncul dalam literatur (Slocum, McMaster, Kessler, dan Howard, 2022). Peta ini menggambarkan keterkaitan antara berbagai topik atau kata kunci yang sering muncul bersama dalam publikasi ilmiah. Dengan menggunakan peta tematik, peneliti dapat melihat pola umum, tren, dan fokus penelitian yang mendominasi satu bidang. Peta tematik berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk memvisualisasikan dan menganalisis pola, tren, dan fokus penelitian dalam berbagai bidang. Peta tematik memungkinkan para peneliti untuk mengidentifikasi distribusi spasial variabel, seperti yang terlihat pada karya Pisati tentang pemetaan tematik (Pisati, 2004). Selain itu, metode CPCL (*Classification by Preferential Clustered Link*) dari Ihekwe-SanJuan menyoroti bagaimana hubungan linguistik dapat dipetakan untuk melacak tren tematik dari waktu ke waktu, mengungkapkan evolusi topik penelitian (Idelia, 1998). Terakhir studi Duan (2023) tentang model bisnis ekonomi berbagi menggambarkan bagaimana analisis tematik dapat mengungkap tren yang muncul dan kesenjangan dalam penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5.2 Klaster Berdasarkan Topik

Peta tematik memberikan gambaran mengenai topik-topik yang disatukan dalam bentuk klaster. Klaster berdasarkan topik mengelompokkan tema seperti *switching behavior*, *m-Commerce*, dan loyalitas dalam satu kesatuan berdasarkan kesamaan kata kunci dan fokus penelitian (Onan, 2019). Analisis ini memudahkan peneliti untuk mengidentifikasi tren dan perkembangan di bidang ini, terutama dalam memahami bagaimana perilaku konsumen yang berpindah layanan memengaruhi loyalitas dalam ekosistem *m-Commerce*. Hasil klaster ini dapat memberikan arah untuk penelitian lebih lanjut terkait topik-topik tersebut (Duan, 2023).

3.5.3 Klaster Berdasarkan Metode

Peta tematik memberikan gambaran mengenai topik-topik yang disatukan dalam bentuk klaster. Metode penelitian yang digunakan dalam studi-studi ini bervariasi, termasuk analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis *Bibliometric* memungkinkan peneliti untuk mengkategorikan metode yang paling sering digunakan dalam penelitian tentang *m-Commerce*, serta mengevaluasi efektivitasnya dalam memahami *switching behavior* dan loyalitas konsumen (Thangavel dan Chandra, 2023).

3.5.4 Klaster Berdasarkan Tujuan

Analisis klaster berdasarkan tujuan penelitian memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi pola dalam tujuan penelitian di suatu bidang secara menyeluruh. Dengan mengelompokkan penelitian berdasarkan tujuannya, kita dapat mengidentifikasi tren, prioritas dan arah penelitian yang berkembang di bidang tersebut. Klaster ini juga dapat membantu melihat apakah tujuan yang sering diteliti sudah terpenuhi dan memberikan wawasan mengenai area yang masih belum tersentuh atau memerlukan penelitian lebih lanjut. Di samping itu, analisis ini dapat memperlihatkan variasi pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang serupa serta memberikan gambaran tentang evolusi fokus penelitian dari waktu ke waktu (Alcaide, Fernandez, Rincon, dan Manuel, 2021).

3.5.5 Klaster Berdasarkan Variabel

Klaster berdasarkan variabel memungkinkan pengelompokan penelitian ilmiah berdasarkan faktor-faktor utama atau variabel yang digunakan dalam studi tersebut (Franceschet, 2009). Dengan melakukan analisis ini peneliti dapat menemukan pola kemunculan variabel yang sering digunakan dan hubungannya satu sama lain. Selain itu klaster ini membantu dalam mengidentifikasi korelasi, perbe-

daan, dan tren dalam penggunaan variabel-variabel tertentu (Kriegel, Kröger, dan Zimek, 2009). Dengan demikian, hasil analisis kluster ini dapat berfungsi sebagai fondasi untuk mengembangkan hipotesis baru dan memperdalam pemahaman tentang hubungan antar variabel dalam penelitian mendatang.

3.5.6 Kluster Berdasarkan Kata Kunci

Analisis kluster berdasarkan kata kunci memungkinkan identifikasi tema-tema utama yang sering muncul dalam penelitian terkait *m-Commerce*, loyalitas konsumen, dan *switching behavior*. Kata kunci yang sering digunakan mencerminkan tren penelitian, topik yang menjadi perhatian utama, serta memberikan gambaran holistik mengenai fokus utama dari topik penelitian dalam setiap artikel, sekaligus mengidentifikasi potensi gap penelitian (Bozkurt dkk., 2015). Dengan memanfaatkan perangkat lunak *Bibliometric* seperti VOSviewer atau Biblioshiny, peneliti dapat memetakan hubungan antar kata kunci, membentuk kluster yang menggambarkan pola penelitian serta mengidentifikasi kata kunci strategis yang mendukung pengembangan kajian lebih lanjut.

3.5.7 Kluster Berdasarkan Negara Studi Kasus

Studi-studi tentang *switching behavior* di *m-Commerce* sering kali dilakukan di berbagai negara dengan fokus pada perbedaan budaya dan perilaku konsumen. Analisis *Bibliometric* membantu mengidentifikasi negara-negara yang paling banyak berkontribusi pada literatur ini, serta perbedaan signifikan dalam pola perilaku konsumen di masing-masing negara (Salam dan Senin, 2022).

3.5.8 Kluster Berdasarkan Penulis dan Afiliasi

Penulis dengan afiliasi akademis atau industri tertentu sering kali memiliki fokus penelitian yang spesifik dalam bidang *m-Commerce*. Melalui analisis *Bibliometric*, peneliti dapat melacak kontribusi individu atau kelompok penulis terhadap pengembangan teori dan praktik di bidang ini (Podsakoff, MacKenzie, Podsakoff, dan Bachrach, 2008).

3.5.9 Kluster Berdasarkan Tahun, Jumlah Sitasi, dan Kuartil

Jumlah sitasi menjadi indikator penting dari dampak suatu penelitian dalam bidang *m-Commerce* dan loyalitas konsumen (Porwal dan Devare, 2024). Dengan menggunakan analisis *Bibliometric*, peneliti dapat mengidentifikasi artikel-artikel yang paling banyak disitasi dan relevansinya terhadap perkembangan teori tentang *switching behavior* (Khan dkk., 2021). Selain itu, analisis berdasarkan tahun publikasi dapat mengungkap evolusi topik penelitian, menunjukkan periode di mana

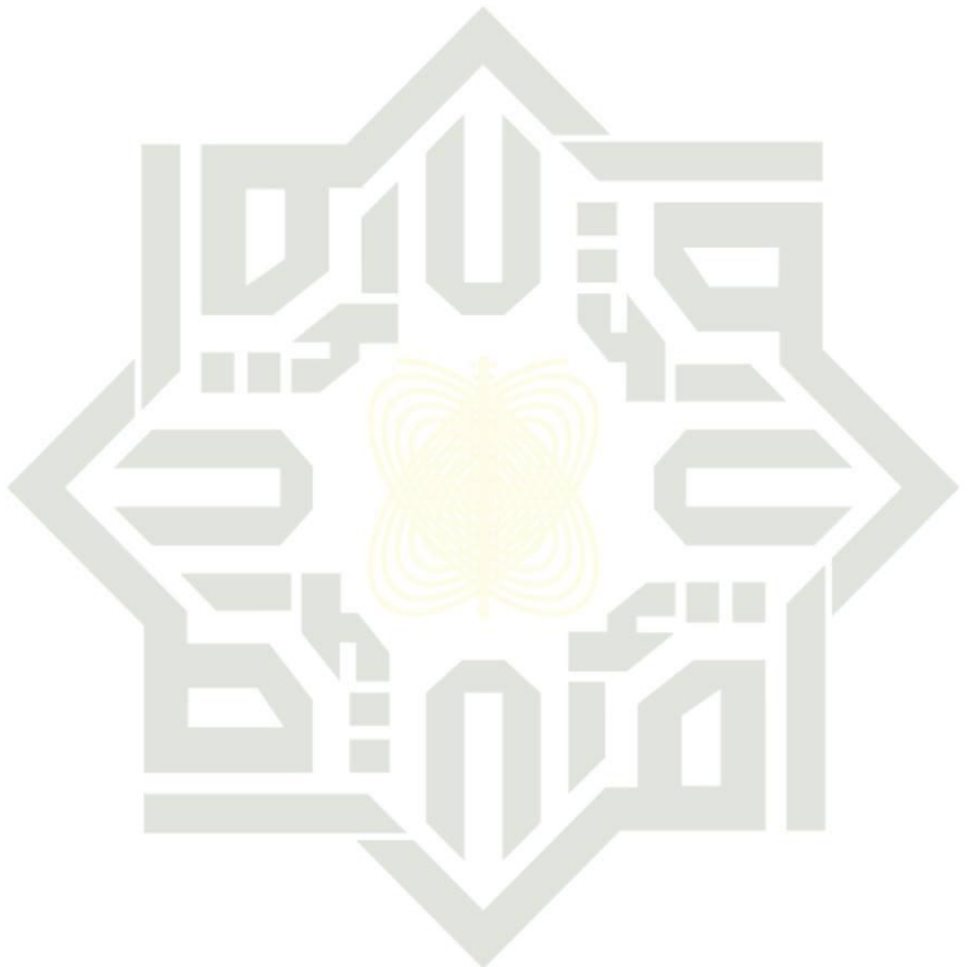
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

isu-isu tertentu menjadi fokus perhatian. Peneliti juga dapat mengevaluasi kualitas dan reputasi jurnal tempat artikel tersebut diterbitkan melalui kuartil SJR (*Scimago Journal Rank*), yang membantu dalam menentukan kredibilitas dan dampak hasil penelitian (Walters, 2016).



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Abdollahi, A., Rejeb, K., Rejeb, A., Mostafa, M. M., dan Zailani, S. (2021). Wireless sensor networks in agriculture: Insights from bibliometric analysis. *Sustainability*, 13(21), 12011.
- Acquisti, A., John, L. K., dan Loewenstein, G. (2013). What is privacy worth? *The Journal of Legal Studies*, 42(2), 249–274.
- Adams, B., McKenzie, G., dan Gahegan, M. (2015). Frankenplace: interactive thematic mapping for ad hoc exploratory search. Dalam *Proceedings of the 24th international conference on world wide web* (hal. 12–22).
- Agha, A. A., Rashid, A., Rasheed, R., Khan, S., dan Khan, U. (2021). Antecedents of customer loyalty at telecomm sector. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(9).
- Akhmetova, Z., Kozhamkulova, J. T., dan Kim, I. (2022). Consumer behavior transformation in the digital economy on the basis of quantitative analysis. *"Turan" universitetin habarsysy*(4), 116-129. doi: 10.46914/1562-2959-2022-1-4-116-129
- Alcaide, Fernandez, Rincon, dan Manuel. (2021). Thematic research clusters in very old populations (80 years): a bibliometric approach. *BMC geriatrics*, 21, 1–13.
- Alkhamash, R. (2023). Bibliometric, network, and thematic mapping analyses of metaphor and discourse in covid-19 publications from 2020 to 2022. *Frontiers in psychology*, 13, 1062943.
- Asharif, A. H., Salleh, N., dan Baharun, R. (2020). Bibliometric analysis. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(15), 2948–2962.
- Avarez, P. A., Ishizaka, A., dan Martínez, L. (2021). Multiple-criteria decision-making sorting methods: A survey. *Expert Systems with Applications*, 183, 115368.
- Amrillah, A. (2023). Code switching pada multilingual: Analisis bibliometrik pada tren penelitian. *Jurnal Sinestesia*, 13(2), 1249–1266.
- Antonio, M. S., Rusydiana, A., Laila, N., Hidayat, Y. R., dan Marlina, L. (2020). Halal value chain: A bibliometric review using r. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 4606.
- Ara, M., dan Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An r-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of informetrics*, 11(4), 959–975.
- Bachtiar, N. K., dan Setiawan, A. (2023). A bibliometric analysis of themes and

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

network structures for future research in smes sustainability. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 16(3).

Bansal, H. S., Taylor, James, dan Yannik. (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.

Bartol, Talarczyk, dan Maria. (2015). Bibliometric analysis of publishing trends in fiber crops in google scholar, scopus, and web of science. *Journal of Natural Fibers*, 12(6), 531–541.

Bauer, J. C., Linzmajer, M., Nagengast, L., Rudolph, T., dan D’Cruz, E. (2020). Gamifying the digital shopping experience: games without monetary participation incentives increase customer satisfaction and loyalty. *Journal of Service Management*, 31(3), 563–595.

Bhattacharyya, J., dan Dash, M. K. (2021). Investigation of customer churn insights and intelligence from social media: A netnographic research. *Online Information Review*, 45(1), 174–206.

Bhattacharyya, J., dan Dash, M. K. (2022). What do we know about customer churn behaviour in the telecommunication industry? a bibliometric analysis of research trends, 1985–2019. *FIIB Business Review*, 11(3), 280–302.

Botero, Diana, Arias, A., Hernandez, J., Cano, dan Laura. (2021). Factors that promote social media marketing in retail companies. *Contaduría y administración*, 66(1).

Bozkurt, A., Akgun-Ozbek, E., Yilmazel, S., Erdogan, E., Ucar, H., Guler, E., ... others (2015). Trends in distance education research: A content analysis of journals 2009-2013. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16(1), 330–363.

Baholli, A. (2022). An investigation of consumer behavior in online trade during the covid-19 pandemic: A case study. *Calitatea*, 23(186), 45–58.

Broadus, R. N. (1987). Toward a definition of “bibliometrics”. *Scientometrics*, 12, 373–379.

Buyükkıdık, S. (2022). A bibliometric analysis: A tutorial for the bibliometrix package in r using irt literature. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 13(3), 164–193.

Carroll, M. W. (2011). Why full open access matters. *PLoS Biology*, 9(11), e1001210.

Carver, J. C., Hassler, E., Hernandes, E., dan Kraft, N. A. (2013). Identifying barriers to the systematic literature review process. Dalam *2013 acm/ieee in-*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ternational symposium on empirical software engineering and measurement (hal. 203–212).

- Gastañeda, K., Sánchez, O., Herrera, R. F., dan Mejía, G. (2022). Highway planning trends: a bibliometric analysis. *Sustainability*, *14*(9), 5544.
- Giau, W., Fan, T. C. M., Nam, S.-B., dan Sun, P.-H. (2021). Knowledge mapping and sustainable development of esports research: A bibliometric and visualized analysis. *Sustainability*, *13*(18), 10354.
- Gobo, Herrera, Viedma, Herrera, dan Francisco. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the fuzzy sets theory field. *Journal of informetrics*, *5*(1), 146–166.
- Correa, Muñoz-Leiva, Bakucz, dan Márta. (2018). Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis. *Tourism management*, *65*, 200–211.
- Dormezil, S., Khoshgoftaar, T. M., dan Bryant, F. (2019). Differentiating between educational data mining and learning analytics: A bibliometric approach. Dalam *Edm (workshops)* (hal. 17–22).
- Duan, C. (2023). Thematic evolution, emerging trends for sharing economy business model research, and future research directions in the post-covid-19 era. *R D Management*. doi: 10.1111/radm.12636
- Duracinsky, M., Lalanne, C., Rous, L., Dara, A. F., Baudoin, L., Pellet, C., ... Chas-sany, O. (2017). Barriers to publishing in biomedical journals perceived by a sample of french researchers: results of the diazepam study. *BMC Medical Research Methodology*, *17*, 1–10.
- Eads, A., Schofield, A., Mahootian, F., Mimno, D., dan Wilderom, R. (2021). Separating the wheat from the chaff: A topic and keyword-based procedure for identifying research-relevant text*. *Poetics*, *86*, 101527.
- Eck, Waltman, dan Ludo. (2010). Software survey: Vosviewer, a computer program for bibliometric mapping. *scientometrics*, *84*(2), 523–538.
- Eger, L., Komárková, L., Egerová, D., dan Mičík, M. (2021). The effect of covid-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. *Journal of Retailing and consumer services*, *61*, 102542.
- Edt, M., Aung, H. H., Aw, A. S., Rapple, C., dan Theng, Y.-L. (2017). Analysing researchers' outreach efforts and the association with publication metrics: A case study of kudos. *PLoS One*, *12*(8), e0183217.
- Ecursell, S., Massana, Roncero, dan Blanca. (2021). Sustainability in e-commerce

packaging: A review. *Journal of cleaner production*, 280, 124314.

- Farooq, R. (2024). A review of knowledge management research in the past three decades: a bibliometric analysis. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 54(2), 339–378.
- Felicia, I.-S. (1998). A linguistic and mathematical method for mapping thematic trends from texts.
- Franceschet, M. (2009). A cluster analysis of scholar and journal bibliometric indicators. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(10), 1950–1964.
- Frasquet, M., Ieva, M., dan Mollá-Descals, A. (2024). Customer inspiration in retailing: The role of perceived novelty and customer loyalty across offline and online channels. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76, 103592.
- Ghan, J. (2024). *The adoption of mobile banking to banking system in sri lanka, exploring factors affecting the adoption*.
- Gülmez, D., Özteke, İ., dan Gümüş, S. (2021). Overview of educational research from turkey published in international journals: A bibliometric analysis. *Education & Science/Eğitim ve Bilim*, 46(206).
- Hamzah, M., Purwati, A., Jamal, A., Rizki, M., dkk. (2021). An analysis of customer satisfaction and loyalty of online transportation system in pekanbaru, indonesia. Dalam *Iop conference series: Earth and environmental science* (Vol. 704, hal. 012029).
- Handoyo, S. (2024). Purchasing in the digital age: A meta-analytical perspective on trust, risk, security, and e-wom in e-commerce. *Heliyon*, 10(8).
- Hoang, dan Viet. (2020). The relationship between online convenience, online customer satisfaction, buying intention and electronic word-of-mouth. *Independent Journal of Management & Production*, 11(7), 2943–2966.
- Hueh, S.-C., dan Chen, J.-M. (2010). Sharing secure m-coupons for peer-generated targeting via ewom communications. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(4), 283–293.
- Hua, Wei, DeFranco, Wang, dan Dan. (2018). Do loyalty programs really matter for hotel operational and financial performance? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(5), 2195–2213.
- Hang, Duan, He, Wang, Hu, dan XY. (2021). A historical review and bibliometric analysis of research on weak measurement research over the past decades based on biblioshiny. arxiv 2021. *arXiv preprint arXiv:2108.11375*.
- Hang, Zhang, Lee, Xu, dan Pan. (2024). A study on customer behavior in

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

online dating platforms: Analyzing the impact of perceived value on enhancing customer loyalty. *Behavioral sciences*, 14(10), 973-973. doi: 10.3390/bs14100973

Hui, G. K., Ibrahim, H., Jie, L. S., Wen, L. X., Li, G., Putri, F. L., dan Syah, F. F. (2024). Factors influencing consumer loyalty: A study in the tech industry. doi: 10.32535/apjme.v7i3.3543

Hwang, J., dan Choi, L. (2020). Having fun while receiving rewards?: Exploration of gamification in loyalty programs for consumer loyalty. *Journal of business research*, 106, 365–376.

Jabali, A. K., Waris, A., Khan, D. I., Ahmed, S., dan Hourani, R. J. (2022). Electronic health records: Three decades of bibliometric research productivity analysis and some insights. *Informatics in Medicine Unlocked*, 29, 100872.

Jain, V., Wadhvani, K., dan Eastman, J. K. (2024). Artificial intelligence consumer behavior: A hybrid review and research agenda. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(2), 676–697.

Janakiraman, R., Lim, J. H., dan Rishika, R. (2018). The effect of a data breach announcement on customer behavior: Evidence from a multichannel retailer. *Journal of marketing*, 82(2), 85–105.

Jenneboer, L., Herrando, C., dan Constantinides, E. (2022). The impact of chatbots on customer loyalty: A systematic literature review. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 17(1), 212–229.

Karishma, J., Patti, B., Parlapalli, V., Pydi, S. K., Prathyusha, C., dan Pallekonda, A. T. P. (2021). Bibliometric analysis of the journal of indian association of public health dentistry from 2014 to 2020. *Journal of Indian Association of Public Health Dentistry*, 19(3), 180–183.

Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of marketing*, 59(2), 71–82.

Khan, M. A., Pattnaik, D., Ashraf, R., Ali, I., Kumar, S., dan Donthu, N. (2021). Value of special issues in the journal of business research: A bibliometric analysis. *Journal of business research*, 125, 295–313.

Ken, C., Nußbaumer, B., Thaler, K. J., Griebler, U., Van Noord, M. G., Wagner, P., dan Gartlehner, G. (2014). Barriers to and facilitators of interventions to counter publication bias: thematic analysis of scholarly articles and stakeholder interviews. *BMC health services research*, 14, 1–13.

Kim, C., Li, W., dan Kim, D. J. (2015). An empirical analysis of factors influencing m-shopping use. *International Journal of Human-Computer Interaction*,

31(12), 974–994.

- Kriegel, H.-P., Kröger, P., dan Zimek, A. (2009). Clustering high-dimensional data: A survey on subspace clustering, pattern-based clustering, and correlation clustering. *Acm transactions on knowledge discovery from data (tkdd)*, 3(1), 1–58.
- Kumar, S., Pandey, N., Lim, W. M., Chatterjee, A. N., dan Pandey, N. (2021). What do we know about transfer pricing? insights from bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 134, 275–287.
- Laksamana, P., Suharyanto, S., dan Cahaya, Y. F. (2022). Determining factors of continuance intention in mobile payment: fintech industry perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(7), 1699–1718.
- Lukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the internet and mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432–2439.
- Londoño-Giraldo, B., López-Ramírez, Y. M., dan Vargas-Piedrahita, J. (2024). Engagement and loyalty in mobile applications for restaurant home deliveries. *Heliyon*, 10(7).
- Lucas, G. A., Lunardi, G. L., dan Dolci, D. B. (2023). From e-commerce to m-commerce: An analysis of the user's experience with different access platforms. *Electronic Commerce Research and Applications*, 58, 101240.
- Maalej, A., dan Kallel, I. (2020). Does keystroke dynamics tell us about emotions? a systematic literature review and dataset construction. Dalam *2020 16th international conference on intelligent environments (ie)* (hal. 60–67).
- Madanchian, M. (2024). Generative ai for consumer behavior prediction: Techniques and applications. *Sustainability*, 16(22), 9963.
- Makhrouf, S., Chouhbi, A., dkk. (2024). Fundamental models of consumer purchasing behavior: An in-depth analysis since the 1960s. *[RMd] Revista Multidisciplinar*(2), e202419–e202419.
- Marinkovic, V., dan Kalinic, Z. (2017). Antecedents of customer satisfaction in mobile commerce: Exploring the moderating effect of customization. *Online Information Review*, 41(2), 138–154.
- Masciari, E., Umair, A., dan Ullah, M. H. (2024). A systematic literature review on ai based recommendation systems and their ethical considerations. *IEEE Access*.
- McCall, M., dan Voorhees, C. (2010). The drivers of loyalty program success: An organizing framework and research agenda. *Cornell Hospitality Quarterly*,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UN Suska Riau.

51(1), 35–52.

- Mofokeng, T. E. (2023). Antecedents of trust and customer loyalty in online shopping: The moderating effects of online shopping experience and e-shopping spending. *Heliyon*, 9(5).
- Morgan, R. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*.
- Mühl, Oliveira, dan Letícia. (2022). A bibliometric and thematic approach to agriculture 4.0. *Heliyon*, 8(5).
- Mumali, F. (2022). Artificial neural network-based decision support systems in manufacturing processes: A systematic literature review. *Computers & Industrial Engineering*, 165, 107964.
- Muñoz, José, Viedma, Enrique, Espejo, Cobo, dan J. (2020). Software tools for conducting bibliometric analysis in science: An up-to-date review. *Profesional de la Información*, 29(1).
- Mustafa, Husin, Mohamad, Abdullah, dan Athiyah. (2020). Global research trends in pro-environmental behaviour (peb) studies in the field of computer science from 1976-2019: A bibliometric analysis. *J. Sci. Res.*, 9(2), 136–145.
- Mutia, U. S., Mahsyar, A., dkk. (2023). Research trends on collaborative governance approaches in the developing country: A bibliometric analysis. Dalam *Proceedings of the international conference on multi-disciplines approaches for the sustainable development* (hal. 163–170).
- Negahban, S., Oh, S., dan Shah, D. (2017). Rank centrality: Ranking from pairwise comparisons. *Operations Research*, 65(1), 266-287. doi: 10.1287/OPRE.2016.1534
- Nguyen, L., LE, H. C., dan Nguyen, T. T. (2021). Critical factors influencing consumer online purchase intention for cosmetics and personal care products in vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(9), 131–141.
- Palere, O. E., dan Dorasamy, N. (2024). Perspectives on digitization and economic growth in india. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 40, 464–499.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of marketing*, 63(4.suppl1), 33–44.
- Omar, S., Mohsen, K., Tsimonis, G., Oozeerally, A., dan Hsu, J.-H. (2021). M-commerce: The nexus between mobile shopping service quality and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102468.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Omonedo, P., dan Bocij, P. (2014). E-commerce versus m-commerce: Where is the dividing line. *International Journal of Social, Behavioural, Educational, Business and Industrial Engineering*, 8(11), 3610–3615.
- Onan, A. (2019). Two-stage topic extraction model for bibliometric data analysis based on word embeddings and clustering. *IEEE Access*, 7, 145614–145633.
- Palla, G., Tibély, G., Mones, E., Pollner, P., dan Vicsek, T. (2015). Hierarchical networks of scientific journals. *Palgrave Communications*, 1(1), 1–9.
- Pandey, N., Pal, A., dkk. (2020). Impact of digital surge during covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice. *International journal of information management*, 55, 102171.
- Parlina, A., Ramli, K., dan Murfi, H. (2020). Theme mapping and bibliometrics analysis of one decade of big data research in the scopus database. *Information*, 11(2), 69.
- Passas, I. (2024). Bibliometric analysis: the main steps. *Encyclopedia*, 4(2).
- Patil, R. R., Kumar, S., Rani, R., Agrawal, P., dan Pippal, S. K. (2023). A bibliometric and word cloud analysis on the role of the internet of things in agricultural plant disease detection. *Applied System Innovation*, 6(1), 27.
- Paun, C., Ivascu, C., Olteteanu, A., dan Dantis, D. (2024). The main drivers of e-commerce adoption: A global panel data analysis. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(3), 2198–2217.
- Pisati, M. (2004). Simple thematic mapping. *Stata Journal*, 4(4), 361–378. doi: 10.1177/1536867X0400400401
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Podsakoff, N. P., dan Bachrach, D. G. (2008). Scholarly influence in the field of management: A bibliometric analysis of the determinants of university and author impact in the management literature in the past quarter century. *Journal of Management*, 34(4), 641–720.
- Porwal, P., dan Devare, M. H. (2024). Scientific impact analysis: Unraveling the link between linguistic properties and citations. *Journal of Informetrics*, 18(3), 101526.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of documentation*, 25, 348.
- Qazzafi, S. (2020). Factor affecting consumer buying behavior: A conceptual study. *International Journal for Scientific Research & Development*, 8(2), 1205–1208.
- Rahman, K. T. (2021). Applications of blockchain technology for digital marketing: A systematic review. *Blockchain technology and applications for digital*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

marketing, 16–31.

- Rane, N. (2023). Enhancing customer loyalty through artificial intelligence (ai), internet of things (iot), and big data technologies: improving customer satisfaction, engagement, relationship, and experience. *Internet of Things (IoT), and Big Data Technologies: Improving Customer Satisfaction, Engagement, Relationship, and Experience (October 13, 2023)*.
- Rejeb, A., Rejeb, K., dan Treiblmaier, H. (2023). Mapping metaverse research: identifying future research areas based on bibliometric and topic modeling techniques. *Information, 14*(7), 356.
- Ribeiro, H., Barbosa, B., Moreira, A. C., dan Rodrigues, R. (2024a). Customer experience, loyalty, and churn in bundled telecommunications services. *SAGE Open, 14*(2), 21582440241245191.
- Ribeiro, H., Barbosa, B., Moreira, A. C., dan Rodrigues, R. G. (2024b). Determinants of churn in telecommunication services: a systematic literature review. *Management Review Quarterly, 74*(3), 1327–1364.
- Rowland, F. (2002). The peer-review process. *Learned publishing, 15*(4), 247–258.
- Rusliana, N., Komaludin, A., dan Firmansyah, M. F. (2022). A scientometric analysis of urban economic development: R bibliometrix biblioshiny application. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, 11*(2), 80–94.
- Rutström, L. (2022). *Impact of customer satisfaction and trust in the context of a business ecosystem on customer retention in online retailers*.
- Ryu, J., Han, S.-L., dan Park, T. (2023). An exploratory study of consumer switching behavior in platform businesses: A mixed methods approach. *Journal of Consumer Behaviour, 22*(6), 1399–1414.
- Sadeli, D. I., dan Aritonang, Y. K. (2024). Analysis of the influence of e-service quality, e-word of mouth, and promotion and ads on consumer loyalty in the marketplace. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri, 13*(2), 127–142.
- Salam, S., dan Senin, A. A. (2022). A bibliometric study on innovative behavior literature (1961–2019). *Sage Open, 12*(3), 21582440221109589.
- Salih, A. R., Sumarni, E., dkk. (2016). Studi bibliometrik pada jurnal standardisasi pasca terakreditasi (2011-2015). *VISI PUSTAKA: Buletin Jaringan Informasi Antar Perpustakaan, 18*(3), 231–240.
- Santos, A. F., Marinho, J., dan Bernardino, J. (2023). Blockchain-based loyalty management system. *Future Internet, 15*(5), 161.
- Sarli, C. C., Dubinsky, E. K., dan Holmes, K. L. (2010). Beyond citation analysis: a model for assessment of research impact. *Journal of the Medical Library*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Association: JMLA, 98(1), 17.

- Scherbakova, N., Desselle, S., Bandiera, C., Canedo, J., Law, A. V., dan Aslani, P. (2024). Drivers of citations in social pharmacy and practice research articles. *Research in Social and Administrative Pharmacy, 20(7)*, 590–596.
- Singh, H., dan Prashar, S. (2014). Anatomy of shopping experience for malls in mumbai: A confirmatory factor analysis approach. *Journal of Retailing and Consumer Services, 21(2)*, 220–228.
- Steeleman, J., Finin, T., dan Halem, M. (2021). Understanding cybersecurity threat trends through dynamic topic modeling. *Frontiers in big Data, 4*, 601529.
- Stocum, T. A., McMaster, R. B., Kessler, F. C., dan Howard, H. H. (2022). *Thematic cartography and geovisualization*. CRC Press.
- Small, H. (2006). Tracking and predicting growth areas in science. *Scientometrics, 68(3)*, 595–610.
- Soler, Toril, Valenciano, dan Pablo. (2020). Worldwide trends in the scientific production on rural depopulation, a bibliometric analysis using bibliometrix r-tool. *Land use policy, 97*, 104787.
- Solomon, M. R. (2010). *Consumer behaviour: A european perspective*. Pearson education.
- Syaifullah, Ariffin, S. A., dan Nordin, N. M. (2024). Mobile tourism research and practices: A comprehensive bibliometric exploration and future study direction. *Journal of Applied Engineering and Technological Science, 6(1)*.
- Taqi, M., Rusydiana, A. S., Kustiningsih, N., dan Firmansyah, I. (2021). Environmental accounting: A scientometric using biblioshiny. *International Journal of Energy Economics and Policy, 11(3)*, 369–380.
- Tariq, A., Azam, F., Anwar, M. W., Zahoor, T., dan Muzaffar, A. W. (2020). Recent trends in underwater wireless sensor networks (uwsns)—a systematic literature review. *Programming and Computer Software, 46*, 699–711.
- Tennant, Hellauer, dan Tony. (2020). The limitations to our understanding of peer review. *Research integrity and peer review, 5(1)*, 6.
- Tiangavel, P., dan Chandra, B. (2023). Two decades of m-commerce consumer research: A bibliometric analysis using r biblioshiny. *Sustainability, 15(15)*, 11835.
- Vnerean, S., Dabija, D.-C., dan Dominici, G. (2024). Does experience matter? unraveling the drivers of expert and non-expert mobile consumers. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 19(2)*, 958–974.
- Walters, W. H. (2016). Information sources and indicators for the assessment of

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- journal reputation and impact. *The Reference Librarian*, 57(1), 13–22.
- Watrianthos, R., Sagala, A. H., Syafriyeti, R., Yuhefizar, Y., dan Mesran, M. (2023). Studi bibliometrik jurnal media informatika 2018-2022. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 7(1), 409–415.
- Wei, F., dan Zhang, G. (2020). A document co-citation analysis method for investigating emerging trends and new developments: a case of twenty-four leading business journals.
- Wilson, G., Brown, W., dan Johnson, O. (2024). The impact of mobile technologies on consumer behavior in retail marketing.
- Xiao, Lu, Guo, dan Feipeng. (2020). Mobile personalized recommendation model based on privacy concerns and context analysis for the sustainable development of m-commerce. *Sustainability*, 12(7), 3036.
- Xiao, Sun, Chen, Wang, dan Xinran. (2024). Influence of platform satisfaction on the willingness to use a new platform. *Scientific Reports*, 14(1), 28607.
- Yadav, M. S., dan Pavlou, P. A. (2020). Technology-enabled interactions in digital environments: A conceptual foundation for current and future research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 132–136.
- Yaqub, M. Z., Badghish, S., Yaqub, R. M. S., Ali, I., dan Ali, N. S. (2024). Integrating and extending the sor model, tam and the utaut to assess m-commerce adoption during covid times. *Journal of Economic and Administrative Sciences*.
- Yu, D., Xu, Z., Pedrycz, W., dan Wang, W. (2017). Information sciences 1968–2016: A retrospective analysis with text mining and bibliometric. *Information Sciences*, 418, 619–634.
- Yuan, X., Song, T. H., dan Kim, S. Y. (2011). Cultural influences on consumer values, needs and consumer loyalty behavior: East asian culture versus eastern european culture. *African Journal of Business Management*, 5(30), 12184.
- Zhang, Jun, Palacios, dan Sergio. (2023). M-shopping service quality dimensions and their effects on customer trust and loyalty: an empirical study. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 40(1), 169–191.
- Zhang, Li, Wei, Jiang, Xiong, Zhang, dan Tianwei. (2024). Spatiotemporal evolution characteristics and influencing factors of digital industry in china. *Scientific Reports*, 14(1), 28591.
- Zhang, Zhang, Wang, dan Jiguang. (2022). The influencing factors on impulse buying behavior of consumers under the mode of hunger marketing in live commerce. *Sustainability*, 14(4), 2122.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Jilid 1 Suska Riau
Sarta Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Indah Nirwana lahir di Kecamatan Minas, Kabupaten Siak pada tanggal 30 Mei 2003. Peneliti merupakan anak dari Bapak Irwan dan Ibu Nurkasmi. Peneliti adalah anak kedua dari dua bersaudara yang mana Agung Pratama adalah anak pertama. Pada tahun 2008 peneliti memulai pendidikan dengan masuk TK Miftahul Jannah dan lulus pada tahun 2009. Lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 003 Minas Barat. Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2015. Setelah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar peneliti melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Minas yang selesai pada tahun 2018. Peneliti melanjutkan pendidikan SMA Negeri 1 Minas. Setelah menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 1 Minas pada tahun 2021, peneliti pun melanjutkan pendidikan dengan menjadi mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur SNMPTN. Selama menjadi mahasiswa, peneliti mencoba aktif diberbagai kegiatan kampus terutama kegiatan yang ada di Program Studi Sistem Informasi ini. Peneliti juga tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HIMASI) pada periode 2022/2023 sebagai Anggota Divisi Keagamaan. Selain itu peneliti juga tergabung dalam grup MEDIA Sistem Informasi (MEDIA-SI) sebagai *Master of Ceremony* dan *Study Club Information System Networking Club Research (ISNC)*. Akhir kata, peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga serta ribuan terimakasih atas bantuan dari seluruh pihak yang terkait sehingga selesainya Tugas Akhir ini yang berjudul ”*Switching Behavior pada m-Commerce terhadap Loyalitas: Systematic Literature Review*”.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.