

## ABSTRAK

Nama : Winny Cristy Desandy

Program Studi : Kewirausahaan

Judul : Analisis Pengaruh *Switching Intention* Terhadap Pembelian Layanan Konten Digital (Pulsa dan Paket Data) Secara Konvensional ke *Online*

Pesatnya perkembangan teknologi mempengaruhi gaya hidup masyarakat DKI Jakarta dalam melakukan pembelian konten digital (pulsa dan paket data). Secara, pertumbuhan teknologi informasi, terjadi *switching intention* dari pembelian secara konvensional ke *online* pada masyarakat yang berada di DKI Jakarta. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh PPM (*Push Effect*, *Pull Effect* dan *Mooring Effect*) terhadap *switching intention* terhadap pembelian konten digital secara konvensional ke *online*. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di DKI Jakarta, berumur 17 hingga 50 tahun. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*, yakni mengambil sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, sehingga jumlah responden yang digunakan sebagai sampel adalah 130 responden didasarkan pada hasil penelitian terbaik. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuesioner dengan pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala *powerfull*. Penelitian ini diolah dengan menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)*. *Software* yang digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini adalah IBM SPSS Statistic v25 dan SmartPLS 3.3.2. Hasil dari penelitian ini akan menunjukkan hubungan dari variabel *Push Effect*, *Pull Effect*, dan *Mooring Effect* terhadap *switching intention*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Push Effect*, *Pull Effect* dan *Mooring Effect* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk melakukan *switching intention* untuk melakukan pembelian konten digital dari konvensional ke *online* di DKI Jakarta.

**Kata kunci:** PPM, *push effect*, *pull effect*, *mooring effect*, *switching intention*, konten digital, pulsa dan paket data.

## ABSTRACT

*Name* : Winny Cristy Desandy

*Study Program*: Kewirausahaan

*Title* : Analisis Pengaruh *Switching Intention* Terhadap Pembelian Layanan Konten Digital (Pulsa dan Paket Data) Secara Konvensional ke *Online*

*The rapid development of technology affects the lifestyle of the people of DKI Jakarta in purchasing digital content. In terms of information technology growth, there is a switching intention from conventional purchases to online for people in DKI Jakarta. The purpose of this research is to examine the effect of PPM (Push Effect, Pull Effect and Mooring Effect) on switching intention to purchase conventional digital content online. The population in this study is the people who live in DKI Jakarta, aged 17 to 50 years. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling, which is taking a sample based on criteria that have been determined by researchers, so that the number of respondents used as a sample is 130 respondents based on the best research results. The data collection method used in this study is by distributing questionnaires to measurements carried out using a powerful scale. This research was processed using the Partial Least Square (PLS) method. Software used to process data in this study is IBM SPSS Statistics v25 and SmartPLS 3.3.2. The results of this study will show the relationship of the Push Effect, Pull Effect, and Mooring Effect variables to switching intention. The results of this study indicate that the Push Effect, Pull Effect and Mooring Effect variables have a significant influence on the intention to make a switching intention to purchase digital content from conventional to online in DKI Jakarta.*

*Keywords: PPM, push effect, pull effect, mooring effect, switching intention, digital content.*