

## Analisa Faktor Push Pull Mooring Terhadap Keinginan Bepindah Pada Layanan Internet Kabel = Analysis of Push Pull Mooring Factors Towards Switching Intention To Fixed Internet Service Provider

Titah Kusumastiti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20502583&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

<p>Studi ini meneliti faktor secara keseluruhan yang mempengaruhi keinginan berpindah pelanggan pada penyedia layanan internet dengan menggunakan model <em>Push-Pull Mooring</em>. Metode yang digunakan adalah pengukuran kuantitatif kuesioner survei online pada 185 responden Indonesia dengan pengalaman menggunakan internet kabel selama setidaknya 1 bulan. Pengukuran menggunakan metode SEM untuk menganalisa data perolehan riset. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor <em>Push</em> tidak memiliki pengaruh terhadap keinginan berpindah konsumen, sedangkan faktor <em>Pull</em> dan <em> Mooring</em> memiliki pengaruh terhadap keinginan berpindah konsumen layanan internet. Sebagai moderasi, faktor <em>Mooring</em> memiliki dampak terhadap hubungan faktor <em>Pull</em> dengan keinginan berpindah, tetapi tidak berpengaruh terhadap hubungan faktor <em>Push</em> dengan keinginan berpindah. Validasi faktor-faktor yang paling mempengaruhi niat switching pelanggan dapat menjadi referensi bagi penyedia layanan internet, sehingga perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran untuk meminimalkan niat switching pelanggan. Penelitian ini membangun model yang komprehensif terhadap niat beralih pelanggan dari penyedia layanan internet di Indonesia.</p><hr /><p><em>This study examines the holistic factors that influence the customers switching intention on fixed internet services provider using the Push-Pull Mooring model. Employs quantitative measurements of online survey questionnaire on 185 Indonesian respondents with experience using cable internet for at least 1 months, the measurement uses structural equation model to examine the research data. The result shows that Push factors doesnt have impact to switching intention. However, Pull and Mooring factors have an impact to switching intention. As moderating, the mooring factor has an impact to Pull and switching intention relationship but hasnt significant impact to Push and switching intention relationship. Validation the most factors influence customers switching intention can be a reference for internet service provider, so that company can formulate marketing strategy to minimize customers switching intention. This study builds comprehensive model toward customer switching intention of internet service provider in Indonesia.</em></p>