Abstrak

Efek Push Pull Mooring dan Pyschological Ownership Terhadap Perilaku Beralih Pengguna Antar Mobile Instant Messaging

Hasil survei tentang perilaku pengguna *Mobile Instant Messaging* (MIM) di Indonesia menjelaskan bahwa telah terjadi arus migrasi pengguna dari MIM *incumbent* ke MIM alternatif. Perilaku beralih mengakibatkan penurunan pengguna dan profitabilitas layanan pada MIM yang ditinggalkan. Untuk itu diperlukan sebuah pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk beralih. Hasil evaluasi dapat menjadi acuan sebagai model konkrit bagi developer atau manajemen perusahaan penyedia layanan *chatting* untuk mengembangkan fungsionalitas layanan MIM sebagai upaya mempertahankan pengguna serta dapat menarik pengguna baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *low system quality*, *dissatisfaction*, *alternative atractiveness*, *subjective norm* serta *commitment affective* terhadap *switching intention* serta pengaruhnya terhadap perilaku beralih (*switching behavior*). Membangun loyalitas pengguna terhadap aplikasi merupakan bagian yang harus dikerjakan perusahaan agar dapat mempertahankan konsistensinya dalam persaingan pasar. Untuk itu diperlukan pemahaman faktor-faktor yang membuat pengguna memiliki rasa kepemilikan terhadap aplikasi agar muncul loyalitas terhadap pengunaan aplikasi. Efek kepemilikan psikologis diintegrasikan sebagai faktor yang mempengaruhi *commitment affective*. *Push pull mooring* merupakan kerangka untuk mengevaluasi hubungan terebut. Terdapat 13 hipotesis yang diuji menggunakan *Structural Equation modelling* jenis PLS (SEM-PLS). Dari ke 13 hipotesis terdapat 7 hipotesis yang diterima. Kesimpulan penelitian menjelaskan bahwa orientasi terhadap faktor perilaku pengguna merupakan faktor yang perlu untuk diperhatikan dalam pengembangan teknologi khususnya pada aplikasi MIM.

Kata kunci: Mobile Instant Messaging, perilaku beralih, Push Pull Mooring, Psychological Ownership

Abstract

The Effect of Push Pull Mooring and Pyschological Ownership to User's Switching Behavior on Mobile Instant Messaging

The results of surveys on the behavior of Mobile Instant Messaging (MIM) users in Indonesia explained that there had been user's migration from the incumbent MIM to the alternative MIM. Switching behavior results in a decrease of members and the profitability of the service on the MIM that was left behind. For this reason, we need an understanding of the factors that influence individual switching. The evaluation results can be a reference as a concrete model for developers or management of chat service providers to develop the functionality of MIM services as an effort to retain users and be able to attract new users. This study aims to measure of low system quality, dissatisfaction, alternative atractiveness, subjective norm and affective commitment affect the intention and how it affect switching behavior. Building user loyalty to the application is a part that must be done by the company in order to maintain its consistency in market competition. For this reason, it is necessary to understand the factors that make users have a psychological ownership of the application. Psychological effects are integrated as factors that influence affective commitment. The Push pull mooring is a framework for evaluating these relationships. There are 13 hypotheses tested using Structural Equation modeling PLS type (SEM-PLS). Of the 13 hypotheses there are 7 accepted hypotheses. The conclusion of this study explains that the orientation of user behavior factors are a factors that needs to be considered in the development of technology, especially in MIM applications.

Keywords: Mobile Instant Messaging, switching behavior, Push Pull Mooring, Psychological Ownership