

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara masing-masing faktor push pull mooring dan periklanan secara simultan dan parsial, serta mencari tahu faktor mana yang paling berpengaruh terhadap intensi berpindah konsumen dari dompet konvensional ke dompet digital DANA pada generasi milenial di DKI Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berdomisili di DKI Jakarta. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada 400 responden dengan teknik kluster sampling. Menggunakan analisis uji validitas, reabilitas, normalitas, teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dengan teknik *spearman*. Hasil penelitian menjelaskan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara masing-masing faktor pada push pull mooring factor dan periklanan dengan intensi berpindah konsumen, serta faktor pull pada variabel push pull mooring factor menjadi faktor yang paling signifikan berpengaruh terhadap intensi berpindah konsumen dari dompet konvensional ke dompet digital DANA pada generasi milenial di DKI Jakarta.

Kata kunci : intensi berpindah konsumen, factor push pull mooring, periklanan

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

This study aims to determine whether there is correlation simultaneously and partially on the each factor of push pull mooring and advertising, and find out which factor significantly effect on consumer switching intention from conventional wallet to digital wallet DANA in millennials in DKI Jakarta. The population in this study is that millennials domiciled in DKI Jakarta. Data collection techniques in the from of questioner distributed to 400 respondents using cluster technique. Using test analysis validity, reliability, normality. Analysis techniques used is spearman correlation analysis. The results of the study shows each factor of push pull mooring factor and advertising correlated positively and significantly with consumer switching intention, and pull factor becomes the most effecting factor of consumer switching intention from conventional wallet to digital wallet DANA in millenials in DKI Jakarta

Keywords : consumer switching intention, push pull mooring factor, advertising

