

Analisis Faktor Push, Pull, dan Mooring (PPM) yang Memengaruhi Switching Intention Pengguna dari Pembelajaran Bahasa Asing Secara Luring ke Platform Pembelajaran Bahasa Asing: Studi Kasus Duolingo = Analysis of Push, Pull, and Mooring Factors Influencing Users' Switching Intention from Offline Language Learning to Online Language Learning Platforms: A Case Study of Duolingo

Salmadea Fahira Risyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920551836&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam era digital yang terus berkembang, metode pembelajaran bahasa asing mengalami perubahan signifikan dengan semakin populernya aplikasi berbasis daring. Penggunaan aplikasi untuk pembelajaran bahasa asing semakin meningkat di Indonesia, dengan Duolingo sebagai salah satu platform yang populer. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat beralih pembelajaran bahasa asing secara luring ke daring dengan studi kasus aplikasi Duolingo menggunakan teori push-pull-mooring (PPM). Metode penelitian yang digunakan adalah metode mixed method dengan melakukan analisis kualitatif dan kuantitatif yang melibatkan 10 responden kualitatif dan 463 responden kuantitatif yang valid. Hasil analisis data kuantitatif menunjukkan terdapat 11 hipotesis yang diterima dan 7 hipotesis yang ditolak. Variabel learning inconvenience memiliki pengaruh terhadap perceived value. Sedangkan, variabel perceived price tidak memiliki pengaruh terhadap perceived value. Variabel perceived value memiliki pengaruh terhadap alternative attractiveness atau daya tarik aplikasi Duolingo. Pada faktor push, variabel perceived ease of use, perceived enjoyment, content richness, dan learning autonomy memiliki pengaruh terhadap alternative attractiveness. Variabel alternative attractiveness memiliki pengaruh terhadap switching intention. Pada faktor mooring, variabel facilitating condition, affective commitment, dan subjective norm memiliki pengaruh sebagai faktor mooring terhadap switching intention. Variabel subjective norm dapat memoderasi faktor pull sehingga pengguna mempunyai keinginan untuk beralih ke aplikasi Duolingo. Sebaliknya, variabel mooring lainnya tidak dapat memoderasi hubungan faktor push/pull dengan switching intention. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Duolingo untuk mengembangkan fitur aplikasi agar meningkatkan niat beralih masyarakat Indonesia untuk menggunakan aplikasi Duolingo. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi pengguna untuk beralih ke aplikasi pembelajaran bahasa asing.

.....In the rapidly evolving digital era, methods of learning foreign languages are experiencing significant changes with the increasing popularity of online-based applications. The use of applications for learning foreign languages is growing in Indonesia, with Duolingo being one of the popular platforms. This research aims to determine the factors influencing the intention to switch from offline to online foreign language learning with a case study of the Duolingo application using the push-pull-mooring (PPM) theory. This research used a mixed-method with qualitative and quantitative analysis which resulted in 10 respondents for qualitative and 463 valid data for quantitative. The results of quantitative data analysis show that 11 hypotheses are accepted and 7 hypotheses are rejected. Variable learning inconvenience has an effect on perceived value, meanwhile variable perceived price does not affect perceived value. Variable perceived value influences the alternative attractiveness of the Duolingo app. Regarding push factors, variables

perceived ease of use, perceived enjoyment, content richness, and learning autonomy affect alternative attractiveness. The variable alternative attractiveness impacts switching intention. For mooring factors, variables facilitating condition, affective commitment, and subjective norm have an influence as mooring factors on switching intention. Variable subjective norm can moderate pull factors, leading users to have the intention to switch to the Duolingo app. Conversely, the other mooring variables cannot moderate the relationship between push/pull factors and switching intention. This research is expected to serve as a reference for Duolingo to develop application features that increase the switching intention of Indonesian people to use Duolingo application. Moreover, this research is also expected as a reference for development of future studies related to the factors influencing users to switch to foreign language learning applications.