

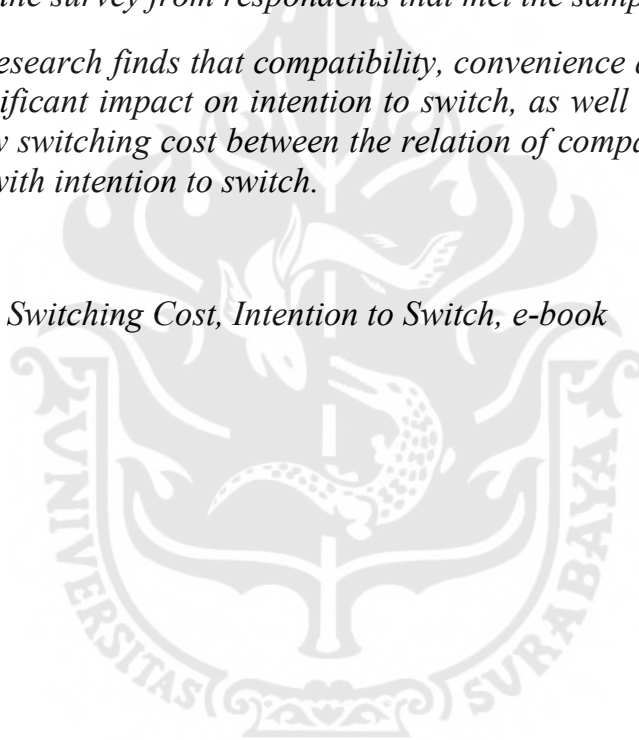
Abstract

The objective of this research is to know the factors that drives consumer to changes their reading behaviour from printed books to e-book using the switching behaviour theory. There are 5 variables that were used in this research, and those variables are new product attributes, social influences, price, switching cost, and intention to switch.

This research used Structural Equation Modeling (SEM) with the help of LISREL 8.70 software. Sampling was done using the non-probability sampling technique with judgement sampling method. The data was collected through online survey from respondents that met the sample's criteria.

This research finds that compatibility, convenience and switching cost have a significant impact on intention to switch, as well as the moderating effect of low switching cost between the relation of compatibility and social influences with intention to switch.

Keywords: Switching Cost, Intention to Switch, e-book



Intisari

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mendorong konsumen untuk mengubah kebiasaan membaca dari buku cetak ke buku *e-book* dengan menggunakan teori *switching behaviour*. Ada 5 variabel yang digunakan dalam penelitian ini dan variabel tersebut adalah *new product attributes*, *social influences*, *price*, *switching cost*, dan *intention to switch*.

Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software LISREL 8.70*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *judgment sampling*. Data diperoleh secara *online* dari responden yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *compatibility*, *convenience*, dan *switching cost* terhadap *intention to switch*, serta pengaruh moderasi dari *low switching cost* terhadap hubungan antara *compatibility* dan *social influences* dengan *intention to switch*. *Complexity*, *content*, *social influences*, dan *price* dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to switch*.

Kata Kunci: *Switching Cost*, *Intention to Switch*, *e-book*