

"Rasa sakit psikologis" saat top-up versus saat membayar dengan dompet digital = "Psychological pain" during top-up versus paying with a digital wallet.

Alim Anggono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20527608&lokasi=lokal>

Abstrak

Membayar menggunakan dompet digital terbukti cenderung membuat uang yang konsumen bayarkan lebih banyak karena konsumen merasakan pain of paying atau rasa sakit membayar yang lebih sedikit (Boden, Maier, & Wilken, 2020). Penelitian terdahulu belum melihat bagaimana rasa sakit membayar berperan dalam pembayaran top-up pada dompet digital, dan penelitian ini berusaha mencari tahu hal tersebut. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mencari tahu adanya moderasi keterikatan terhadap pengaruh tujuan pembayaran terhadap rasa sakit membayar. Penelitian ini merupakan 2 (tujuan pembayaran: top-up vs membayar tagihan) x 2 (keterikatan: tinggi vs rendah) mixed design. Penelitian dilakukan kepada mahasiswa UI yang berusia 18-23 tahun dan terbiasa menggunakan dompet digital. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan pembayaran berpengaruh terhadap rasa sakit membayar yang dirasakan konsumen di mana skor rasa sakit membayar lebih tinggi pada saat membayar tagihan belanja. Keterikatan juga terbukti memoderasi hubungan keduanya.

.....Paying using a digital wallet has been proven to tend to make consumers pay more because consumers feel less pain of paying (Boden, Maier, & Wilken, 2020). Past research has not looked at how pain of paying plays a role in top-up payments on digital wallets, and this study aims to figure that out. In addition, this study also aims to find out if there is the role of coupling as moderator to the effect of payment objective on pain of paying. This research is a 2 (payment objective: top-up vs paying bills) x 2 (coupling: high vs low) mixed design. The study was conducted on UI students aged 18-23 years and they are all familiar to using digital wallets. The results of this study indicate that the purpose of payment affects the pain of paying felt by consumers where the pain of paying score is higher when consumers paying shopping bills. Coupling has also been shown to moderate their relationship.