

Pengaruh metode pembayaran terhadap pilihan makanan sehat pada layanan pesan antar dengan pain of payment sebagai variabel mediator = The Effect of payment methods on healthy food choices on delivery services with pain of payment as mediator variables

Wulan Vetty Handayani B., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491914&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Makanan yang tidak sehat secara psikologis menimbulkan keinginan untuk dikonsumsi karena persepsi bahwa makanan yang tidak sehat adalah makanan yang enak. Keinginan ini dapat diatasi dengan kesulitan pembayaran dari metode pembayaran yang digunakan saat membeli makanan. Studi ini dilakukan untuk menguji apakah metode pembayaran - tunai dan dompet digital - memengaruhi keinginan membeli makanan sehat melalui layanan pengiriman. Penelitian eksperimental dilakukan pada 130 mahasiswa Universitas Indonesia berusia 18-23 tahun yang pernah menggunakan dompet digital saat membeli makanan melalui jasa pengiriman. Alhasil, tidak ada perbedaan keinginan yang signifikan saat membeli makanan sehat antara mahasiswa yang membayar tunai dan dompet digital. Hasil penelitian dapat digunakan oleh penyedia layanan untuk penyampaian pesan untuk mempromosikan pola makan mereka dan dapat digunakan oleh pemerintah untuk mendorong konsumsi makanan sehat.

..... Psychologically unhealthy food creates a desire to be consumed because of the perception that unhealthy food is delicious food. This desire can be overcome by the difficulty of paying from the payment method used when buying food. This study was conducted to test whether payment methods - cash and digital wallets - influence the desire to buy healthy food through delivery services. The experimental research was conducted on 130 students of the University of Indonesia aged 18-23 years who have used digital wallets when buying food through delivery services. As a result, there is no significant difference in desire when buying healthy food between students who pay cash and digital wallets. Research results can be used by service providers to deliver messages to promote their diet and can be used by governments to encourage consumption of healthy foods.