

Strategi untuk Meningkatkan Continued Usage Intention pada Aplikasi Pembayaran Digital = Strategy to Increase Continued Usage Intention in Digital Payment Applications

Bagus Anugrah Ramadhan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518139&lokasi=lokal>

Abstrak

Dampak dari pandemi COVID-19 telah mengubah banyak perilaku pengguna secara langsung maupun tidak langsung, salah satunya adalah sistem transaksi. Di Indonesia, penggunaan sistem pembayaran digital meningkat signifikan selama pandemi COVID-19. Ritel bahan bakar juga telah mengadopsi pembayaran digital untuk memudahkan pengguna saat melakukan transaksi dari aplikasi seluler. Salah satu dari banyak strategi untuk meningkatkan kesediaan pelanggan untuk tetap setia pada merek bahan bakar ritel tertentu adalah dengan menerapkan program loyalitas dalam aplikasi pembayaran digital. Terdapat gap yang cukup besar antara pengguna terdaftar dan pengguna aktif, di mana jumlah pengguna aktif jauh lebih kecil daripada pengguna terdaftar, di aplikasi pembayaran digital dan program loyalitas ini. Studi ini menyelidiki peran user experience dalam membangkitkan hubungan emosional yang memprediksi continued usage intention untuk aplikasi pembayaran digital menggunakan lensa teoritis kerangka Pleasure, Arousal, dan Dominance (PAD). Data dikumpulkan dari pengguna aktif aplikasi pembayaran digital. Temuan menunjukkan bahwa pengalaman aplikasi menghasilkan kesenangan, gairah, dan emosi dominasi di antara pengguna aktif aplikasi. Studi ini memiliki implikasi bagi akademisi, perusahaan minyak & gas, perancang aplikasi, dan bisnis berbasis aplikasi lainnya karena membuktikan pentingnya pengalaman pengguna dalam aplikasi dalam membangkitkan emosi PAD positif pada pelanggan dan memperkuat penjelasan tentang niat penggunaan yang berkelanjutan

.....The impact of the COVID-19 pandemic has changed a lot of user's behavior directly and indirectly, one of which is the transaction system. In Indonesia, the use of digital payment system has increased significantly during the COVID-19 pandemic. Fuel retailers have also adopted digital payments to ease the users while making transaction from mobile applications. One of many strategies to increase customer willingness to stay loyal in particular retail fuel's brand is to implement a loyalty program within digital payment app. There is a quite big gap of numbers between registered users and active users, where active user numbers are much smaller than the registered user's, in this digital payment and loyalty program app. This study investigates the role of user experience in evoking emotional relation which predicts continued usage intention for digital payment applications using the theoretical lens of the Pleasure, Arousal and Dominance (PAD) framework. Data were collected from active users of digital payment app. Findings indicate that app experiences generate pleasure, arousal, and dominance emotions among active users of the app. The study has implications for academicians, oil & gas companies, app designers, and other app-based business as it proves significance of a user experience in app on evoking positive PAD emotions in customers and strengthen the explanation of continued usage intentions.