



JURNAL ILMIAH MEA
(MANAJEMEN, EKONOMI, & AKUNTANSI)

E-ISSN: 2621-5306 | P-ISSN: 2541-5255

Terakreditasi SK Kemristekdikti Nomor 10/E/KPT/2019

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)

STIE Muhammadiyah Bandung

Jl. Karapitan No. 143 Bandung 40262, Jawa Barat

Telp. 022-7305155 Faks. 022-7333862



Lembar Penerimaan Artikel (LoA)

Nomor agenda	:	324/LoA/MEA/2021
Tanggal terima	:	19 Juni 2021
Publikasi Artikel	:	Volume 5 No.2 : Mei - Agustus 2021
Judul	:	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Online, Fitur Layanan dan Promosi Cash Back OVO Terhadap Minat Belanja Masyarakat Di Kota Medan
Nama penulis	:	Nyswee Alda ¹ , Mario Salas ² , Hendra Jonathan Siberani
Alamat penulis	:	Universitas Prima Indonesia, Medan ^{1,2,3}

(*) Catatan penerimaan naskah:

1. Naskah *soft copy*.
2. Bukti persetujuan pembimbing (apabila naskah disertai, tesis, atau skripsi)
3. Bukti bebas plagiasi

Jenis naskah : ☒ Artikel hasil penelitian
☐ Artikel pemikiran/ulasan konseptual
☐ Tinjauan buku (book review)

(*) Diisi oleh petugas

Bandung, 19 Juni 2021

Editor In Chief



(Wandy Zulkarnaen, SE.,SSy.,MM.,CHRA)

Support & Index:



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan terkait dengan era sekarang ini dimana teknologi sudah sangat maju dan canggih, semua dapat dilakukan dengan mudah dan praktik terutama dibidangan Fintech (Financial Technology) atau yang biasa kita ketahui yaitu pembayaran secara online menggunakan aplikasi. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Online, Fitur Layanan dan Promosi Cashback OVO terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kota Medan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran angket atau kuesioner kepada sebanyak 100 orang responden sebagai sampel pada penelitian ini. Hasil pengujian pada penelitian ini adalah bahwa secara parsial untuk variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi Online adalah $t_{hitung} 3,992 > t_{tabel} 1,290$, untuk variabel Fitur Layanan $t_{hitung} 4,522 > t_{tabel} 1,290$ dan Promosi Cashback $t_{hitung} 5,593 > t_{tabel} 1,290$, maka dapat disimpulkan bahwa dari masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja masyarakat. Dari hasil uji F didapati hasil $F_{hitung} 350,565 > F_{tabel} 2,70$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja masyarakat di Kota Medan.

Kata kunci : Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Promosi Cashback, Minat Belanja.

ABSTRACT

This research was conducted related to the current era where technology is very advanced and sophisticated, everything can be done easily and practically, especially in the field of Financial Technology or what we usually know, namely online payments using applications. Research in this case is to form a goal which this will form an influence on of Use of Online Applications, Service Features and OVO Cashback Promotions on Public Shopping Interest in Medan City. In this study, it uses a type of approach with quantitative research steps that are safe by distributing questionnaires to users of online applications or questionnaires to as many as 100 respondents as samples. The test results in this study are partially for the Ease of Use of the Online Application variable $t_{count} 3.992 > t_{table} 1.290$, for the Service Features variable $t_{count} 4.522 > t_{table} 1.290$ and Cashback Promotion $t_{count} 5.593 > t_{table} 1.290$. From the results of the F test, it was found that $F_{hitung} 350.565 > F_{table} 2.70$ had significant effect on people's spending interest in Medan City.

Keywords: Ease of Use, Service Features, Cashback Promotion, Shopping Interest.