

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN *EXCHANGE* TOKOCRYPTO DI INDONESIA**

*THE EFFECT OF EASE OF USE AND SERVICE FEATURES ON CONSUMER INTEREST IN USING TOKOCRYPTO EXCHANGE IN INDONESIA*

Oleh:

**Marsellinus Rivaldo Langitan<sup>1</sup>**

**Rudy Steven Wenas<sup>2</sup>**

**Lawren Julio Rumokoy<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[1marsellinuslangitan@gmail.com](mailto:marsellinuslangitan@gmail.com)

[2rudy.wenas@unsrat.ac.id](mailto:rudy.wenas@unsrat.ac.id)

[3juliorumokoy@unsrat.ac.id](mailto:juliorumokoy@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap minat konsumen menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasinya ialah investor *cryptocurrency* yang menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan *googleform*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa secara simultan variabel kemudahan penggunaan dan fitur layanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen. Hasil uji parsial variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen dan variabel fitur layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen karena *t* hitung lebih besar dari *t* tabel.

**Kata Kunci:** kemudahan penggunaan, fitur layanan, minat konsumen

**Abstract:** This study aims to determine the effect of ease of use and service features on consumer interest in using the Tokocrypto exchange in Indonesia. This research uses quantitative methods. The population is cryptocurrency investors who use the Tokocrypto exchange in Indonesia. The sample of this study amounted to 100 respondents. Sampling using non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data collection using a questionnaire with googleform. This study uses multiple linear regression analysis techniques. The results of this study prove that simultaneously the variables of ease of use and service features have a significant influence on consumer interest. The partial test results of the ease of use variable have a significant effect on consumer interest and the service feature variable has a significant effect on consumer interest because *t* count is greater than *t* table.

**Keywords:** ease of use, service features, consumer interest

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

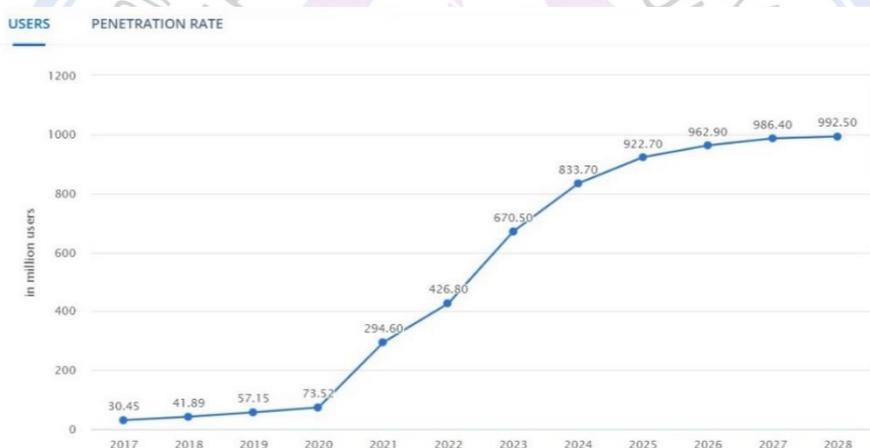
Investasi memegang peranan penting dalam mendorong roda perekonomian suatu negara ke depannya. Hal ini memungkinkan investor untuk mengalokasikan dananya ke instrumen keuangan yang berbeda dengan ekspektasi keuntungan di masa depan. Seiring kemajuan teknologi dan munculnya tren baru, lanskap investasi terus berkembang. Sejak dahulu, investasi tradisional seperti saham, obligasi, reksa dana, dan instrumen sejenis telah menjadi primadona bagi para investor. Namun, seiring berjalannya waktu, dunia investasi tidak berhenti berevolusi.

Berbagai inovasi baru terus bermunculan, menawarkan alternatif dan peluang baru bagi investor untuk mengembangkan portofolionya.

Salah satu inovasi terbaru yang mengguncang dunia investasi adalah munculnya aset kripto atau *cryptocurrency*, yang menandai sebuah inovasi yang signifikan. *Cryptocurrency* adalah bentuk mata uang digital yang dirancang dengan teknologi *blockchain*, yang tidak bergantung pada pihak ketiga untuk memfasilitasi transaksi. Hal ini membuat transaksi menjadi lebih terbuka karena setiap transaksi dapat dilihat dengan jelas. Dengan menggunakan teknologi *blockchain*, setiap data terkait saling terhubung, dimana setiap individu dalam jaringan *cryptocurrency* memiliki salinan data tersebut (Hasani, 2022). *Cryptocurrency* merupakan mata uang digital terdesentralisasi yang diciptakan dan dikelola melalui sistem kriptografi terenkripsi dan teknologi *blockchain*.

Hadirnya teknologi *cryptocurrency* dan *blockchain* membuat banyak manfaat yang muncul, termasuk pemrosesan transaksi yang cepat, keterjangkauan, ketersediaan di seluruh dunia, dan langkah-langkah keamanan yang kuat yang diterapkan melalui kriptografi. Namun demikian, perkembangan inovatif ini juga menghadirkan risiko dan bahaya, seperti risiko aktivitas penipuan, kerentanan terhadap pelanggaran dunia maya seperti pencurian dana dan yang paling berisiko yaitu volatilitas harga yang sangat tinggi, hal ini menyebabkan ketidakstabilan permintaan di *cryptocurrency*. Salah satu alasan mengapa permintaan investasi tidak stabil adalah ketidakpastian tentang keadaan masa depan (Rumokoy *et al.*, , 2023). Namun demikian, di balik volatilitas harga yang sangat tinggi, potensi keuntungan yang didapatkan juga semakin besar. Dengan kata lain, semakin besar volatilitas harga, semakin besar potensi bagi investor untuk mendapatkan keuntungan besar, meskipun ada risiko yang sepadan dengan volatilitas tersebut.

Selama beberapa tahun terakhir, telah terjadi ekspansi eksponensial dalam sektor mata uang kripto. Awalnya, hanya segelintir orang yang memiliki pengetahuan dan menggunakan mata uang kripto. Namun, lanskapnya telah berubah secara drastis, dengan jutaan orang di seluruh dunia kini berpartisipasi aktif dalam ekosistem kripto, baik sebagai investor, penambang, atau pengguna.



**Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Pengguna *Cryptocurrency* Dalam Jutaan**  
*Crypto user growth trajectory chart in millions.*

*Source: Statista.com*

Grafik yang disajikan pada gambar 1 mengilustrasikan tren peningkatan pengguna kripto, menunjukkan peningkatan yang konsisten dalam jumlah individu secara global yang terlibat dengan mata uang kripto setiap tahun, yang diukur dalam jutaan. Pada tahun 2024, pertumbuhan pengguna mata uang kripto telah mencapai angka 833,70 juta pengguna, dengan proyeksi yang menunjukkan bahwa jumlah ini akan terus meningkat menjadi 992,50 juta pengguna pada tahun 2028. Grafik ini berfungsi sebagai indikator penting untuk mengukur laju adopsi mata uang kripto dalam masyarakat dan menawarkan wawasan berharga tentang potensi kemajuan industri kripto di masa depan.

Dari data sebelumnya bisa dilihat, pertumbuhan pesat jumlah investor *cryptocurrency* di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, telah mencerminkan lonjakan minat yang sangat besar terhadap pasar aset digital yang dinamis ini. Meskipun antusiasme ini terus meningkat, banyak dari investor baru masih tergolong awam mengenai berbagai aspek praktis dari dunia *cryptocurrency*, terutama dalam hal pemahaman tentang cara yang tepat untuk membeli, menjual, dan mengelola aset digital tersebut. Mereka sering kali menghadapi kesulitan dalam navigasi proses transaksi yang kompleks dan memerlukan pengetahuan mendalam tentang strategi investasi yang efektif, sehingga sering kali mengakibatkan keputusan yang kurang optimal dan potensi risiko yang lebih tinggi dalam investasi mereka. Oleh karena itu, meskipun jumlah partisipan dalam ekosistem kripto terus berkembang, tantangan

dalam memahami dan mengelola aset digital tetap menjadi isu penting yang perlu diatasi untuk memastikan investasi yang lebih aman dan efektif.

Elemen penting untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan adanya kehadiran *exchange cryptocurrency* yang *user-friendly* dan menyediakan banyak fitur layanan. *Exchange cryptocurrency* dikenal sebagai platform pertukaran kripto, berfungsi sebagai alat atau sistem yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi yang melibatkan pembelian dan penjualan aset kripto, serta pertukaran satu jenis mata uang kripto dengan jenis mata uang kripto lainnya (Murizqy, 2022). Di Indonesia, Tokocrypto telah muncul sebagai *exchange cryptocurrency* lokal terkemuka yang memainkan peran penting dalam pengembangan ekosistem kripto nasional. Sebagai salah satu *exchange cryptocurrency* terlama dan tepercaya di Indonesia, bersama Indodax dan Triv, Tokocrypto menawarkan platform yang aman, efisien, dan ramah pengguna kepada penggunanya. Pada tahun 2023 jumlah pengguna *exchange* Tokocrypto mencapai 3,2 juta pengguna berdasarkan data dari [news.tokocrypto.com](https://news.tokocrypto.com), 2024.

Dari hal tersebut penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor utama seperti kemudahan penggunaan dan fitur layanan yang disediakan oleh *exchange cryptocurrency* untuk menarik minat para investor terutama investor yang masih awam. Dalam definisi Ratno (2019) kemudahan penggunaan mengacu pada kepercayaan individu terhadap kesederhanaan dan pemahaman dalam menggunakan suatu teknologi. Jika antarmuka *exchange* dirancang dengan kompleksitas yang berlebihan atau elemen-elemen yang membingungkan, hal ini dapat membuat para pengguna merasa bingung dan tidak nyaman, khususnya bagi para pengguna yang masih awam tentang *cryptocurrency*. Hal tersebut bisa menurunkan minat mereka untuk menggunakan *exchange* tersebut. Kemudahan penggunaan dalam konteks *exchange* Tokocrypto merujuk pada keyakinan individu akan keterbukaan dan pemahaman dalam menggunakan *exchange cryptocurrency* tersebut.

Dalam definisi Abrilia dan Sudarwanto (2020) menjelaskan fitur layanan merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing. Jika fitur layanan *exchange* tampaknya tidak sepenuhnya sesuai dengan minat dan kebutuhan pengguna, hal tersebut dapat menurunkan minat pengguna menggunakan *exchange* tersebut. Fitur layanan dalam konteks *exchange* Tokocrypto merujuk pada segala hal yang platform sediakan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, menyediakan layanan tambahan, atau menambah nilai bagi pengguna.

Dalam definisi Murtadana dalam Novita (2022) menjelaskan minat konsumen merupakan hal yang bersifat personal dan terkait dengan sikap, di mana seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek akan merasa didorong untuk melakukan serangkaian tindakan untuk mendekati atau memperoleh objek tersebut. Minat konsumen dalam konteks *exchange* Tokocrypto seperti konsumen tersebut tertarik untuk menggunakan *exchange* Tokocrypto sebagai platform investasi jangka panjang dan konsumen tersebut tertarik untuk mereferensikan *exchange* Tokocrypto ke orang lain.

Hubungan kemudahan penggunaan terhadap minat konsumen dalam konteks *exchange* Tokocrypto, seperti antarmuka yang *user-friendly*, proses transaksi yang cepat, dan verifikasi data yang sederhana, memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna. Ketika pengguna merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan platform, minat mereka terhadap *exchange cryptocurrency* tersebut cenderung meningkat. Hal ini karena pengalaman positif dalam penggunaan teknologi dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan dan bahkan memperluas penggunaan platform tersebut.

Hubungan fitur layanan terhadap minat konsumen dalam konteks *exchange* Tokocrypto, seperti fitur *price alert*, fitur PNL (*Profit and Loss*), fitur *convert small asset to TKO* dan fitur deposit yang beragam, dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memberikan nilai tambah kepada pengguna. Ketika platform menyediakan fitur-fitur ini, pengguna cenderung merasa lebih tertarik dan puas dengan penggunaannya. Hal ini dapat meningkatkan minat konsumen karena pengguna yang merasa terbantu dan terlayani dengan baik lebih mungkin untuk terus menggunakan platform tersebut serta bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Berdasarkan penjelasan yang diberikan mengenai latar belakang masalah tersebut, peneliti termotivasi untuk mengkaji lebih dalam dan komprehensif apakah kemudahan penggunaan dan fitur layanan *exchange* Tokocrypto dapat membuat masyarakat Indonesia tertarik menggunakan *exchange* Tokocrypto. Mengingat besarnya peluang yang dihadirkan oleh pasar kripto di Indonesia, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan terhadap Minat Konsumen Menggunakan *Exchange* Tokocrypto di Indonesia"

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Minat Konsumen

Minat konsumen, secara umum, adalah ketertarikan atau preferensi individu terhadap berbagai produk, layanan, atau topik tertentu. Ini meliputi segala hal yang menarik perhatian dan memengaruhi keputusan pembelian, mulai dari hobi dan gaya hidup hingga kebutuhan dasar dan keinginan. Menurut Keller dalam Walangitan et al., (2022), minat konsumen adalah tingkat kecenderungan atau kemungkinan bahwa seorang konsumen akan membeli suatu merek tertentu atau beralih dari satu merek ke merek lainnya. Menurut Ferdinand dalam Nadhilah & Hasanah (2022), Indikator minat konsumen: 1). Minat transaksional, 2). Minat Referensial, 3). Minat preferensial, 4). Minat eksploratif.

### Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan secara umum merujuk pada tingkat kesederhanaan, keterjangkauan, dan kenyamanan dalam menggunakan suatu produk, layanan, atau teknologi oleh pengguna. Kemudahan penggunaan mengacu pada kepercayaan individu terhadap kesederhanaan dan pemahaman dalam menggunakan suatu teknologi. (Ratno, 2019). Indikator kemudahan penggunaan: 1). Mudah untuk berinteraksi (*Easy to interact*), 2). Mudah melakukan transaksi (*Easy to do transaction*), 3). Mudah memperoleh produk (*Easy to get product*). 4). Mudah untuk dipelajari (*Easy to learn*), 5). Mudah untuk digunakan (*Easy to use*) (Mbate & Tanamal, 2020).

### Fitur Layanan

Fitur layanan mencakup atribut, fitur, atau karakteristik yang disediakan oleh penyedia layanan untuk meningkatkan nilai dan kualitas layanan yang ditawarkan kepada pengguna. Menurut Abrilia & Sudarwanto (2020), fitur layanan digunakan oleh bisnis untuk menilai kesesuaian produk mereka sendiri dibandingkan dengan produk pesaing, memastikan bahwa pelanggan dapat membuat keputusan pembelian yang tepat, baik saat berbelanja *online* atau *offline*. Menurut Poon dalam Iqbal et al., (2022), Indikator fitur layanan: 1). Adanya akses informasi yang mudah mengenai jasa atau produk, 2). Tersedianya berbagai layanan transaksi, 3). Tersedianya berbagai fitur, 4). Adanya inovasi pada produk.

### Technology Acceptance Model (TAM)

Teori penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) dirancang berdasarkan prinsip-prinsip dari dua teori mendasar sebelumnya mengenai penerimaan teknologi, yaitu teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action/TRA*) dan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*). Teori ini berasumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh evaluasi rasional dan pertimbangan terhadap informasi yang diterimanya (Aulia & Suryanawa, 2019).

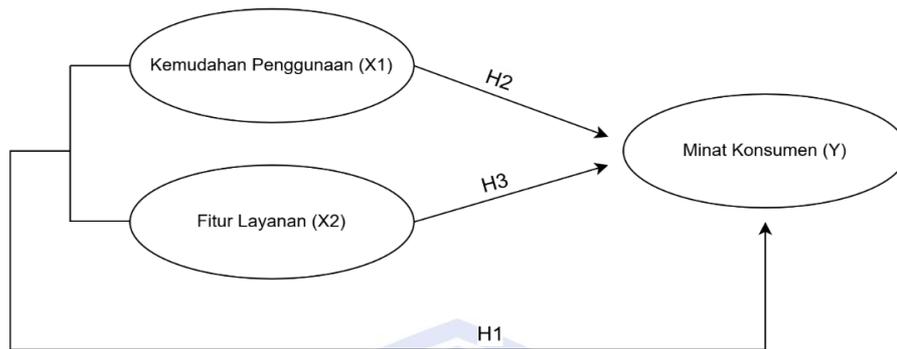
### Penelitian Terdahulu

Penelitian Desita & Dewi (2022), Temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi, dan fitur layanan semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* untuk transaksi non tunai. Minat memanfaatkan aplikasi *e-wallet* dipengaruhi oleh persepsi risiko yang menunjukkan pengaruh yang cukup besar dan kurang baik.

Penelitian Abrilia (2020), Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Y). Begitu pula fitur layanan (X2) juga mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* (Y). Apalagi jika dipertimbangkan secara bersama-sama, baik kemudahan penggunaan (X1) maupun fitur layanan (X2) secara bersama-sama mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* (Y)

Penelitian Atriani *et al.*, (2020), Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Dompot Digital OVO.

### Model Penelitian



**Gambar 2. Model Penelitian**

Sumber: Kajian Teori, 2024

### Hipotesis Penelitian

H<sub>1</sub>: Diduga kemudahan penggunaan dan fitur layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat konsumen.

H<sub>2</sub>: Diduga kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat konsumen.

H<sub>3</sub>: Diduga fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat konsumen.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menjelaskan dampak kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap minat konsumen Indonesia menggunakan *exchange* Tokocrypto.

### Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

Populasi dalam penelitian ini adalah investor *cryptocurrency* di Indonesia yang menggunakan *exchange* Tokocrypto pada tahun 2023 yang berjumlah 3,2 juta pengguna (sumber: *news.tokocrypto.com*, 2024). Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Kriteria responden yang dijadikan sampel adalah pengguna *cryptocurrency* di Indonesia yang minimal sudah pernah melakukan satu kali transaksi *cryptocurrency* di *exchange* Tokocrypto serta bersedia untuk dijadikan sampel melalui grup-grup komunitas *cryptocurrency* di Indonesia.

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mengandalkan data primer yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner. Dalam penelitian khusus ini, data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna *cryptocurrency* di Indonesia, yang menjadi subjek penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner melalui *googleform*, yaitu menyajikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden.

### Pengujian Instrumen

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengukuran korelasi antara data yang dikumpulkan peneliti dengan data yang ada pada suatu objek dapat dilakukan melalui penggunaan uji validitas. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* yang terdapat pada tabel untuk menentukan signifikansi, Sugiyono (2019:176). Hasil pengukuran yang diperoleh dari penggunaan benda yang sama dianggap dapat diandalkan apabila secara konsisten menghasilkan data yang sama. Instrumen penelitian harus memiliki validitas dan reliabilitas. Untuk menilai reliabilitas, digunakan metode koefisien reliabilitas Alpha Cronbach dan keputusan diambil berdasarkan kriteria jika nilai cronbach's alpha  $\alpha \geq 0,60$  maka instrumen pertanyaan yang digunakan pada kuisisioner dinyatakan reliabel.

**Teknik Analisis Data****Uji Asumsi Klasik****Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2021 : 196) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi secara normal dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik mempunyai variabel residual yang berdistribusi secara normal. Untuk menguji normalitas digunakan teknik statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), dan signifikansinya ditunjukkan oleh Asymp.Sig (2-tailed).

**Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2021: 157) uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak mempunyai korelasi antara variabel independen. Dalam model hubungan yang ideal, tidak boleh ada korelasi yang signifikan antara faktor-faktor independen. Untuk mengevaluasi korelasi antara variabel-variabel ini, kriteria berikut dipertimbangkan jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Heterokedastisitas**

Menurut Ghozali (2021: 178) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Apabila variasi residu tetap konstan disebut homoskedastisitas. Sebaliknya jika terdapat variasi residu yang tidak sama maka disebut heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Duli (2019:171-172) Analisis regresi linear berganda bermaksud mencari hubungan dari dua variabel atau lebih di mana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lain.

Persamaan yang digunakan dalam analisis ini diuraikan di bawah ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat konsumen

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Kemudahan penggunaan

X<sub>2</sub> = Fitur layanan

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel fitur layanan

e = error

**Uji Hipotesis****Uji F (Simultan)**

Menurut Ghozali (2021:148), adalah indikasi melihat uji parsial t dan bukan uji simultan yang sering salah dipahami oleh para peneliti. Jika nilai sig. F < nilai α ( 5%), artinya semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yang dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Jika Sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha di tolak, artinya tidak ada pengaruh yang nyata.
2. Jika Sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha di terima, artinya ada pengaruh yang nyata.

**Uji t (Parsial)**

Menurut Ghozali (2021:99), Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Penelitian dilakukan dalam kondisi khusus ini:

1. Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05. Ho akan diterima jika nilai signifikansi lebih besar > dari 0,05. Sebaliknya, Ha akan diterima jika nilai signifikansi lebih kecil < 0,05
2. Membandingkan T<sub>hitung</sub> dengan T<sub>tabel</sub>. Ha akan diterima jika nilai T<sub>hitung</sub> > T<sub>tabel</sub>. Sebaliknya, Ho akan iditerima jika nila T<sub>hitung</sub> < T<sub>tabel</sub>

**Uji Korelasi Berganda**

Menurut Sugiyono (2019:191). Analisis ini merupakan suatu metode yang melihat 3 atau lebih variabel dimana dua merupakan variabel independen dan satu variabel dependen.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol serta satu. Nilai koefisien determinasi mendekati 1, maksudnya variabel- variabel independen sanggup membagikan nyaris seluruh data buat menarangkan alterasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai determinasi sebesar 0, maksudnya variabel- variabel independen Cuma membagikan sedikit data buat menarangkan alterasi variabel dependennya, Ghazali (2021:147).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas**

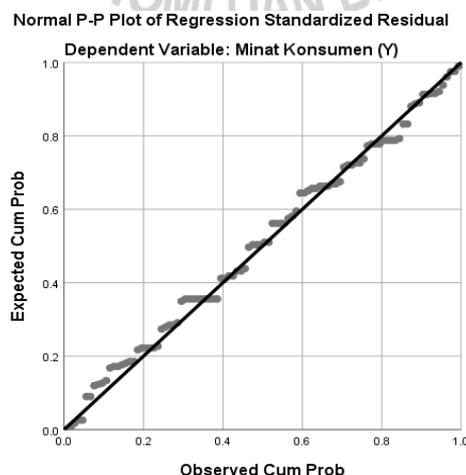
Variabel	Items	Validitas			Reabilitas	
		r hitung	Sig.	Status	Cronbach alpha	Status
Kemudahan Penggunaan (X1)	X1.1	0.767	0.000	Valid	0.760	Realible
	X1.2	0.703	0.000	Valid		
	X1.3	0.722	0.000	Valid		
	X1.4	0.625	0.000	Valid		
	X1.5	0.769	0.000	Valid		
Fitur Layanan (X2)	X2.1	0.705	0.000	Valid	0.711	Realible
	X2.2	0.778	0.000	Valid		
	X2.3	0.712	0.000	Valid		
	X2.4	0.736	0.000	Valid		
Minat Konsumen (Y)	Y.1	0.727	0.000	Valid	0.726	Realible
	Y.2	0.764	0.000	Valid		
	Y.3	0.735	0.000	Valid		
	Y.4	0.740	0.000	Valid		

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, nilai Rhitung dari setiap item lebih besar dari Rtabel, di mana  $Df = n - 2$ , yaitu  $100 - 2 = 98$ , dan  $Rtabel = 0.1966$ . Dengan demikian, item-item tersebut memiliki  $Rhitung > Rtabel$  dan tingkat signifikansi  $< 0.05$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item pernyataan tersebut valid. Berdasarkan tabel di atas juga, nilai Cronbach's alpha untuk kemudahan penggunaan adalah 0.760, untuk fitur layanan adalah 0.711, dan untuk minat konsumen adalah 0.726, semuanya memiliki nilai lebih dari nilai Cronbach alpha yaitu 0.60, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap sampel tersebut reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



**Gambar 3. P-P Plot Uji Normalitas**

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

Gambar di atas menunjukkan P-P Plot yang memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis

diagonal dan cenderung mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas, sehingga layak untuk diuji dengan model regresi.

#### Uji Multikolinearitas

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)**

		Coefficients <sup>a</sup>	
		Tolerance	VIF
1	Kemudahan Penggunaan	.524	1.910
	Fitur Layanan	.524	1.910

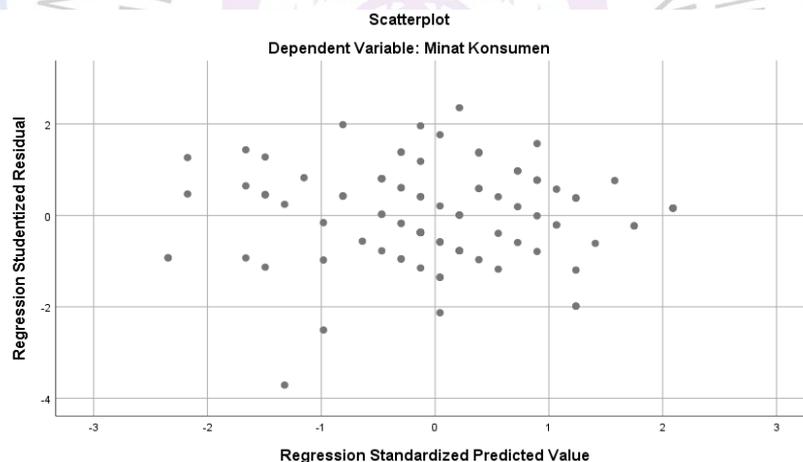
a. Dependent Variable: Minat Konsumen

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

Hasil olahan data di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tolerance masing-masing variabel independen yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel independen yang kurang dari 10.

#### Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot di bawah terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Karena persyaratan uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas telah dilakukan dan ketiganya memenuhi asumsi dimana data yang terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak terjadi heterokedastisitas maka penelitian ini dapat dilanjutkan pada analisis regresi linear berganda.



**Gambar 4. Scatterplot Uji Heterokedastisitas**

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

#### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 3. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.194	1.185		2.695	.008
	Kemudahan Penggunaan (X1)	.256	.075	.313	3.428	.001
	Fitur Layanan (X2)	.511	.091	.510	5.592	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linear berganda dengan 2 variabel independen adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,194 + 0,256x_1 + 0,511x_2$$

Persamaan regresi linear berganda ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 3,194 artinya jika Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) dan Fitur Layanan ( $X_2$ ) bernilai 0, maka variabel dependen Minat Konsumen adalah sebesar 3,194.
2. Nilai Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), sebesar 0,256, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan variabel Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) mengalami kenaikan 1% maka Minat Konsumen ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,256 per 1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel  $X_1$  dan variabel  $Y$ . Semakin naik nilai  $X_1$  maka nilai  $Y$  juga akan semakin naik.
3. Nilai Fitur Layanan ( $X_2$ ), sebesar 0,511, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan Fitur Layanan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan 1% maka Minat Konsumen ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,511 per 1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel  $X_2$  dan variabel  $Y$ . Semakin naik nilai  $X_2$  maka nilai  $Y$  juga akan semakin naik.

## Pengujian Hipotesis

### Uji F

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221.929	2	110.965	66.368	.000 <sup>b</sup>
	Residual	162.181	97	1.672		
	Total	384.110	99			

a. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan (X2), Kemudahan Penggunaan (X1)

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

Dari tabel diatas diketahui  $f$  Hitung lebih besar dari  $f$  Tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya variabel Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel Minat Konsumen.

### Uji t

#### Hasil Uji t

Berdasarkan tabel 3. diketahui nilai  $t$  Hitung variabel Kemudahan Penggunaan lebih besar dari  $t$  Tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen, sedangkan pada variabel Fitur Layanan nilai  $t$  Hitung lebih besar dari  $t$  Tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 artinya Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen.

## Korelasi Berganda

Tabel 5. Hasil Pengujian Korelasi Berganda

Model Summary <sup>b</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.760 <sup>a</sup>	.578	.569	1.293	.578	66.368	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan (X2), Kemudahan Penggunaan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi yang dinyatakan dengan  $R$  sebesar 0,760 atau 76%. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap minat konsumen karena nilai  $R$  hampir mendekati nilai 1.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan tabel 6 berikut dari hasil uji menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan  $R$  square sebesar 0,578 atau 57,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen minat konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kemudahan penggunaan dan fitur layanan sebesar 57,8%

sedangkan sisanya 42,2% dapat dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 <sup>a</sup>	.578	.569	1.293

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan (X2), Kemudahan Penggunaan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2024

## Pembahasan

### Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan terhadap Minat Konsumen Menggunakan *Exchange Tokocrypto* di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X1) dan Fitur Layanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen. Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan merupakan beberapa faktor yang bisa mempengaruhi Minat Konsumen pada *Exchange Tokocrypto* di Indonesia. Kemudahan Penggunaan merujuk pada kepercayaan individu terhadap kesederhanaan dan pemahaman dalam menggunakan suatu teknologi. Ketika konsumen merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan suatu platform, minat mereka terhadap platform tersebut cenderung meningkat. Hal ini karena pengalaman positif dalam penggunaan teknologi dapat mendorong konsumen untuk terus menggunakan dan bahkan memperluas penggunaan platform tersebut. Selanjutnya Fitur Layanan, Fitur Layanan merujuk pada alat yang digunakan perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing. Ketika platform menyediakan fitur-fitur layanan yang menarik, pengguna akan cenderung merasa lebih tertarik dan puas menggunakan platform tersebut. Hal ini dapat meningkatkan Minat Konsumen karena pengguna yang merasa terbantu dan terlayani dengan baik lebih mungkin untuk terus menggunakan platform tersebut serta merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Desita & Dewi (2022) serta Abrilia & Sudarwanto (2020) yang mengatakan bahwa Kemudahan Penggunaan dan fitur layanan berpengaruh terhadap Minat Konsumen.

### Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Konsumen Menggunakan *Exchange Tokocrypto* di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan *exchange Tokocrypto* di Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Atriani dkk. (2020), Syafitri (2020), Robaniyah dan Kurnianingsih (2021), serta Amelia dan Hurriyati (2022), yang mengemukakan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Konsumen. Kemudahan Penggunaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih platform *exchange*. Antarmuka yang intuitif, proses transaksi yang cepat, serta verifikasi data yang sederhana adalah hal-hal yang sangat diapresiasi oleh konsumen. Dengan demikian, kemudahan penggunaan merupakan pilar utama yang mempengaruhi minat konsumen terhadap *exchange Tokocrypto* di Indonesia.

### Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Konsumen Menggunakan *Exchange Tokocrypto* di Indonesia Manado

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fitur layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan *exchange Tokocrypto* di Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Endriyanto & Indriani (2022), serta Nurvitasari & Dwijayanti (2021), yang mengemukakan bahwa Fitur Layanan berpengaruh terhadap Minat Konsumen. Fitur Layanan yang disediakan oleh platform *exchange cryptocurrency* memainkan peran krusial dalam menggugah minat konsumen di Indonesia, terutama dalam konteks yang semakin berkembangnya pasar *cryptocurrency*. Konsumen saat ini tidak hanya mencari kemudahan dalam melakukan transaksi dasar seperti deposit, penarikan dana, dan trading, tetapi juga mengharapkan lebih banyak nilai tambah dari platform yang mereka pilih, Dengan menyediakan fitur layanan yang inovatif dan responsif, *exchange tokocrypto* tidak hanya memenuhi kebutuhan transaksi dan keamanan pengguna, tetapi juga mendorong minat konsumen untuk terlibat lebih dalam dalam pasar *cryptocurrency* di Indonesia.

**PENUTUP****Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara antarmuka yang intuitif dan fitur-fitur yang komprehensif seperti analisis pasar yang mendalam, grafik harga *real-time*, dan alat bantu trading yang canggih secara positif memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan platform ini.
2. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti navigasi yang intuitif, proses registrasi yang mudah, dan kemudahan dalam melakukan transaksi memiliki dampak positif dalam menarik konsumen untuk menggunakan platform ini.
3. Fitur layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen menggunakan *exchange* Tokocrypto di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur seperti analisis pasar yang mendalam, alat bantu trading yang canggih, dan layanan pelanggan yang responsif berperan penting dalam menarik minat konsumen untuk menggunakan platform ini.

**Saran**

Adapun yang menjadi saran pada keberlanjutan dalam penelitian ini untuk setiap pihak didalamnya, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, disarankan untuk terus meningkatkan antarmuka pengguna (UI/UX) agar lebih intuitif dan mudah digunakan, sehingga navigasi dan proses transaksi menjadi lebih jelas bagi pengguna. Selain itu, penting untuk mengembangkan fitur layanan yang menarik dan inovatif, seperti analisis pasar yang mendalam dan alat bantu trading yang canggih, guna memenuhi kebutuhan pengguna saat ini dan bersaing dengan platform lainnya. Terakhir, perusahaan juga diharapkan untuk memperbanyak event menarik, seperti webinar edukasi, kompetisi trading, dan program *airdrop* serta *giveaway*, untuk menarik pengguna baru sekaligus mempertahankan pengguna lama.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian sejenis di masa mendatang. Selain itu, peneliti di masa mendatang disarankan untuk menyelidiki variabel tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Khususnya, akan sangat bermanfaat untuk lebih mendalami strategi pemasaran dalam industri *cryptocurrency*, termasuk analisis perilaku konsumen, efektivitas kampanye pemasaran, dan dampak inovasi teknologi terhadap pemasaran produk *cryptocurrency*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006-1012. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/45517>. Diakses 18 April 2024
- Ameliaa, E., & Hurriyatib, R. THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED EASE OF USE ON INTEREST IN USING MOBILE PAYMENT: A CASE ON OVO. *Airlangga Journal of Innovation Management* Vol. 3 No. 2 (2022): <https://e-journal.unair.ac.id/AJIM/article/view/39463>. Diakses 18 April 2024
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54-61. <https://jseh.unram.ac.id/index.php/jseh/article/view/78>. Diakses 18 April 2024
- Aulia, N., & Suryanawa, I.K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/48365>. Diakses 18 April 2024
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115-124. <https://repo.undiksha.ac.id/6974/>. Diakses 18 April 2024

- Duli, Nikolaus. 2019. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67-80. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/17049>. Diakses 18 April 2024
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasani, M. N., Ramadhan, M., Mariyani, K., Setiawan, R., & Sucidha, I. (2022). Analisis cryptocurrency sebagai alat alternatif dalam berinvestasi di Indonesia pada mata uang digital bitcoin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(2), 329-344. <https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jieb/article/view/762>. Diakses 18 April 2024
- Iqbal, M., & Hasan, A. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 333-356. <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/8854>. Diakses 18 April 2024
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of easiness, service quality, price, trust of quality of information, and brand image of consumer purchase decision on shopee online purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100-110. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/informatika/article/view/4946>. Diakses 19 April 2024
- Murizqy, M. A., & Dirkareshza, R. (2022). Peninjauan Aspek Keamanan Dan Perlindungan Hukum Terhadap Investor Cryptocurrency. *Jurnal Ius Constituendum*, 7(2), 277-292. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jic/article/view/4067>. Diakses 19 April 2024
- Nadhilah, A., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi). In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 3). <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5843>. Diakses 19 April 2024
- Novita, D. F., & Rahim, R. (2022). PENGARUH MINAT KONSUMEN DAN SPESIFIKASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT. CAHAYA PRIMA LESTARI ABADI MEDAN. *Journal Economic Management and Business*, 1(2), 149-156. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/emanis/article/view/2835>. Diakses 19 April 2024
- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472-1481. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41637> Diakses 19 April 2024
- Ratno, U. S. T., & Aji, A. W. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Literasi Teknologi terhadap Minat Penggunaan Surat Pemberitahuan Elektronik dalam Pelaporan Pajak di Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/jap/article/view/755>. Diakses 19 April 2024
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53-62. <https://ejournal.upi.edu/index.php/image/article/view/32009>. Diakses 19 April 2024
- Rumokoy, L. J., Omura, A., & Roca, E. (2023). Geopolitical risk and corporate investment in the metals and mining industry: Evidence from Australia. *Pacific-Basin Finance Journal*, 79, 101991. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0927538X23000574>. Diakses 10 Juni 2024
- Sugiyono. (2019). *metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syafitri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Upgris Angkatan 2016-2019). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/view/13097>. Diakses 19 April 2024
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 511-521. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/43821>. Diakses 19 April 2024