BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penilitian di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Kepercayaan konsuemn merupakan semua pengetahuan dari konsumen dan kesimpulan yang dimiliki oleh konsumen tentang manfaat barang atau jasa. Menurut Langton, et. al (2016:241) terdapat tiga dimensi dalam kepercayaan konsumen yaitu *ability* (kemampuan), *benevolence* (kebaikan), *integrity* (integritas). Kepercayaan konsumen yang diberikan oleh pelanggan kepada *marketplace* Shopee memiliki skor 4,12 dan dapat dikategorikan dalam kategori baik.
2. Keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam mengevaluasi alternatif-alternatif berawal dengan mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu, untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Menurut Thompson (2016:57) terdapat empat indikator dalam keputusan pembeliatian diantaranya sesuai kebutuhan, mempunyai manfaat, tepat dalam pembelian produk, dan adanya pembelian berulang. Keputusan pembelian oleh pelanggan terhadap *marketplace* Shopee memiliki skor 4,07 dan dapat dikategorikan dalam kategori baik.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil pengolahan data menunjukkan

kepercayan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 32,8 %, sedangkan untuk 67 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti pengaruh kemudahan bertransaksi, harga, dan kualitas produk.

B. Saran

Berdasarkan penelitian, maka dapat diberikan beberapa saran diantaranya :

1. Untuk perusahaan, berdasarkan hasil analisis deskriptif responden, indikator terlemah dan terendah dalam variabel kepercayaan konsumen adalah dimensi *ability* (kemampuan) dengan pernyataan Shopee mampu menyediakan barang yang berkualitas. Pernyataan ini memperoleh nilai rata-rata skor 3,93. Sehingga, saran yang dapat peneliti sampaikan adalah pihak Shopee sebaiknya melakukan pengawasan terhadap *seller* (penjual) yang menjual barang di bawah standar dan tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan pada foto produk, supaya lebih baik dan meningkatkan kepercayaan konsuemn.
2. Untuk peneliti berikutnya, penulis berharap pada peneliti berikutnya penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambah jangkauan responden menjadi tidak hanya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan dapat meneliti beberapa variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, display produk, dan kepercayan terhadap seller .

DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, Panji.(2017). Etika Bisnis. Yogyakarta: Quadrant.

Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs jual beli Tokopedia (studi kasus wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *17*(3), 1-13.

Angga, K.P. (2017). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace penyedia jasa les private di kota Pontianak Berbasis Web. Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi,2 (5),pp.1-5.

Anwar, R. N., & Afifah, A. (2018). Kepercayaan dan keamanan konsumen terhadap minat beli di situs online (Studi kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, *9*(1), 46-57.

Thompson, M. A. (2016). Crafting and executing strategy:the quest for competitive advantage, concepts and readings. New York: McGraw-Hill Education.

Bakhtiar, H. M. (2021). Analisa Strategi Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Media Sosial Facebook Di Kecamatan Arut Selatan Kotawaringin Barat Pangkalan Bun. *Magenta*, *9*(2), 83-92.

C, K, Laudon., Traver. (2017). E-Commerce 2014, 10th Edition. Pearson

Deavaj, et al 2003.Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, *6*(1), 31-4

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing*. (16th Global Edition).

Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing management 15e.* Boston: Pearson Education.

Langton, N. Robbins, P, S. Dan Judge, A, T. 2016. Organizational Behaviour. Seventh Canadian Edition.

Malau, Harman. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, *16*(1), 162-173.

Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, *7*(1), 43-53.

Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (MANOR)*, *4*(1), 27-38.

Pramesti, G. (2017). Statistika Penelitian dengan SPSS 24. PT Elex Media Komputindo.

Pratama, I Putu Agus Eka. E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce. Bandung: Informatika Bandung, 2015.

Pratiwi, P. (2012). Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemberdayaan terhadap Komitmen Organisasional dalam Meningkatkan Kinerja. Jurnal ASET, 14(1), 41–52.

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *1*(1), 1-10.

Priyatno, Duwi. (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Edisi Kesatu. Yogyakarta : Andi.

Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif: Zifatama Publishing.

Restuti, N., & Marlina Kurnia, M. M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur Management Review*, *2*(1), 25-43.

Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, *11*(3), 290-310.

Sangadji, E, M. Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertasi: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Turban, E., et al. (2015). Social Commerce, New York: Springer

Tjitono, F. (2017). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 6(1), 440–456. https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.0

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika, 6(2), 43–48. https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476.

https://apjii.or.id diakses pada tanggal 15 Juli 2022.

https://databoks.katadata.co.id diakses pada tanggal 15 Juli 2022.

Lampiran 1 Survey Marketplace Shopee 2022

SURVEY *MARKETPLACE* SHOPEE 2022

Kepada Yth,

Responden

Perkenalkan saya Syavira Putri Cancerin, mahasiswa program studi Diploma III Manajemen Pemasaran . Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Karya Tulis Ilmiah yang berjudul "**Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Marketplace* Shopee (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)**". Penelitian ini dilaksanakan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

Waktu yang diperlukan untuk mengisi kuesioner berkisar kurang lebih 10 menit. Berkaitan dengan hal tersebut, saya meminta bantuan dan kesediaan Saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Data yang Saudara/i berikan akan saya jaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Demikianlah, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Syavira Putri Cancerin

1702519035

Screening Question

1. Apakah anda mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ?*

a. Ya

b. Bukan (Silahkan berhenti menjawab kuesioner ini, terima kasih atas partisipasinya)

2. Apakah anda pernah melakukan pembelian di *marketplace* Shopee ?*

a. Ya

b. Tidak Pernah (Silahkan berhenti menjawab kuesioner ini, terima kasih ataspartisipasinya)

Informasi Umum :

1. Jenis Kelamin*
    - Pria
    - Wanita
2. Program Studi*
    - D3 Manajemen Pemasaran
    - D3 Akuntansi
    - D3 Administrasi Perkantoran
    - S1 Bisnis Digital
    - S1 Pendidikan Ekonomi
    - S1 Akuntansi
    - S1 Pendidikan Bisnis
    - S1 Manajemen

PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini terdapat sejumlah pernyataan. Baca dan pahamilah setiap pernyataan dengan seksama, kemudian berikan respon Saudara/i dengan cara memberikan tanda silang (X) atau contreng (√) pada kolom yang telah tersedia dengan satu pilihan jawaban.

Keterangan:

a. Sangat Setuju (SS) = 5
b. Setuju (S) = 4
c. Netral (N) = 3
d. Tidak Setuju (TS) = 2
e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

1. Kepercayaan Konsumen

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Shopee akan menyediakan produk yang dibutuhkan.					
2	Shopee memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas tinggi.					
3	Shopee memiliki pengalaman dalam mengirimkan barang tepat waktu.					
4	Shopee memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya.					
5	Shopee akan memberikan kepuasan membeli produk kepada konsumennya.					
6	Shopee memiliki empati terhadap konsumen yang merasa dirugikan					
7	Service Shopee yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.					
8	Shopee berkomitmen dalam meningkatkan kinerjanya.					

9	Shopee akan selalu melindungi reputasinya.					

2. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian di *marketplace* Shopee karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Secara keseluruhan *marketplace* Shopee sangat mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.					
3	Saya merasa bahwa produk-produk yang ditawarkan marketplace Shopee memberikan manfaat bagi pelanggannya.					
4	Saya membeli produk di Shopee karena Shopee mempunyai beragam alternatif jenis produk					
5	Saya merasa harga yang sesuai dengan kualitas produk membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian di *marketplace* Shopee.					
6	Saya senang melakukan pembelian di marketplace Shopee karena produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan saya.					
7	Saya berniat bertransaksi di *marketplace* Shopee di masa yang akan datang karena merasa puas dengan transaksi sebelumnya.					
8.	Saya selalu melakukan pembelian ulang kembali di *marketplace* Shopee					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

Tabulasi Kepercayaan Konsumen (X)

Responden	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	Total
1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	36
4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	38
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
6	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
8	5	4	5	5	5	4	5	5	5	43
9	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
10	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
12	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
13	4	4	4	4	3	3	5	5	5	37
14	3	3	4	3	4	3	5	5	5	35
15	5	5	3	4	4	4	5	5	4	39
16	4	3	3	4	4	3	4	3	4	32
17	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
18	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	3	3	4	5	5	5	4	5	5	39
21	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
22	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
23	4	5	5	5	4	5	5	4	4	41
24	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
25	4	4	5	5	4	4	4	5	5	40
26	4	4	4	3	4	4	4	5	5	37
27	4	4	3	3	3	4	4	5	5	35
28	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
29	3	4	5	5	5	5	5	5	5	42
30	5	3	4	5	5	5	4	5	5	41
31	5	4	4	4	3	3	3	4	4	34
32	4	3	4	4	3	3	2	4	4	31
33	4	5	4	4	4	3	4	4	4	36
34	5	5	4	4	3	3	3	4	4	35
35	4	4	4	5	4	3	3	5	5	37

36	3	4	3	4	3	2	3	5	5	32
37	4	4	5	3	4	4	5	5	5	39
38	2	2	2	1	1	1	1	1	1	12
39	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
40	4	5	5	4	4	4	5	4	5	40
41	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40
42	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
43	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
45	4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
46	5	5	4	5	5	4	5	5	5	43
47	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
48	4	4	4	3	3	3	5	5	5	36
49	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	3	3	3	3	4	3	4	4	4	31
52	4	4	3	5	5	5	4	4	4	38
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
54	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
56	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
57	4	5	5	4	4	4	4	4	5	39
58	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
59	1	1	1	2	1	1	1	2	2	12
60	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
61	3	4	5	5	4	4	5	4	4	38
62	3	3	4	4	4	4	4	4	5	35
63	3	5	5	5	5	5	5	4	5	42
64	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
65	3	3	4	3	4	4	5	5	4	35
66	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33
67	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
68	5	4	4	5	4	3	4	3	4	36
69	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
70	5	4	4	4	4	3	4	3	4	35
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
72	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34
73	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
74	5	3	4	5	4	5	5	5	5	41
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

76	4	3	4	5	5	5	5	4	4	39
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
78	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
79	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
80	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
81	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
82	4	4	3	4	4	4	4	5	4	36
83	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40
84	3	3	4	4	4	4	4	5	5	36
85	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
86	3	3	3	4	4	4	3	4	4	32
87	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
88	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
89	3	3	3	4	3	4	3	4	4	31
90	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
91	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
92	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
93	3	4	5	5	5	4	5	5	5	41
94	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
95	3	3	4	5	5	5	4	5	5	39
96	4	4	5	4	5	3	3	4	4	36
97	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
98	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
99	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
100	4	5	4	5	4	3	4	5	5	39
101	4	5	5	4	4	5	4	5	5	41
102	4	4	5	4	4	5	4	5	5	40

Tabulasi Keputusan Pembelian (Y)

Responden	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Total
1	4	4	4	4	5	5	5	5	36
2	5	4	4	5	5	5	5	5	38
3	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	5	5	4	5	5	38
6	5	4	4	3	3	3	4	4	30
7	5	4	4	3	3	4	4	4	31
8	5	4	4	4	3	4	4	4	32
9	5	4	4	5	4	3	4	4	33
10	5	4	5	4	3	3	5	5	34
11	5	3	4	3	4	3	5	5	32
12	5	5	3	4	4	4	5	5	35
13	5	5	4	4	4	4	4	5	35
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	5	5	5	5	5	5	4	39
16	4	5	5	5	5	5	5	5	39
17	4	5	5	5	5	5	5	5	39
18	4	4	5	5	5	4	5	5	37
19	4	4	4	3	3	3	4	4	29
20	4	4	4	3	3	4	4	4	30
21	4	4	4	4	3	4	4	4	31
22	3	4	4	3	3	3	4	4	28
23	5	4	5	4	3	3	5	5	34
24	3	3	4	3	4	3	5	5	30
25	4	4	5	4	5	5	5	5	37
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	3	3	4	3	3	4	30
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	5	5	4	4	5	5	4	5	37
30	3	3	4	4	3	3	3	4	27
31	4	5	4	4	5	5	5	4	36
32	5	5	3	4	4	4	4	4	33
33	4	4	5	4	5	4	4	5	35
34	3	3	2	4	3	3	3	3	24

35	4	3	4	4	4	5	5	5	34
36	3	4	3	4	4	3	4	3	28
37	3	4	3	4	4	3	4	4	29
38	2	2	2	2	1	1	1	1	12
39	5	4	4	4	3	3	3	4	30
40	5	5	5	4	5	5	5	5	39
41	5	5	5	4	5	5	5	5	39
42	5	4	5	4	5	4	5	5	37
43	5	4	4	4	3	3	4	4	31
44	4	4	4	4	5	5	4	4	34
45	5	4	4	4	5	4	4	4	34
46	5	4	4	4	5	5	4	4	35
47	5	4	5	4	5	5	5	5	38
48	4	5	4	4	4	5	5	5	36
49	5	5	3	4	4	4	5	5	35
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	4	4	3	3	3	4	29
52	4	4	3	4	4	4	3	4	30
53	3	5	5	4	5	5	5	5	37
54	3	3	3	4	3	4	3	4	27
55	3	3	4	4	3	4	4	4	29
56	4	4	3	4	4	3	4	4	30
57	5	5	5	4	4	4	5	5	37
58	5	4	5	4	5	5	5	5	38
59	2	1	1	2	2	1	2	2	13
60	5	5	5	4	4	4	4	4	35
61	4	5	4	4	5	4	4	4	34
62	4	3	3	4	4	3	3	5	29
63	4	3	4	4	4	4	5	5	33
64	5	5	5	4	4	4	4	4	35
65	5	5	4	4	4	4	5	4	35
66	4	4	3	4	3	3	3	4	28
67	3	3	3	4	4	4	4	3	28
68	4	3	3	4	5	5	4	4	32
69	3	4	3	4	5	4	3	3	29
70	4	3	5	4	3	4	3	4	30
71	5	5	5	4	5	5	5	5	39
72	3	3	4	4	3	4	3	4	28
73	4	4	4	4	5	4	4	4	33
74	5	4	5	4	4	4	5	5	36

75	3	4	3	4	3	4	3	4	28
76	4	3	4	4	4	4	4	4	31
77	4	3	3	4	4	3	4	4	29
78	3	5	5	4	5	4	4	4	34
79	4	4	4	4	4	4	4	5	33
80	4	4	3	4	4	4	4	4	31
81	4	4	3	4	3	4	4	4	30
82	4	4	5	4	5	5	4	4	35
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	3	4	4	4	4	5	32
85	4	4	4	4	4	5	5	5	35
86	4	4	3	4	4	3	3	4	29
87	4	4	4	4	3	4	3	3	29
88	4	4	5	4	4	4	4	4	33
89	3	3	4	4	4	4	3	4	29
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	4	5	5	4	4	4	4	4	34
92	4	4	4	4	5	5	3	4	33
93	4	4	3	4	4	4	4	5	32
94	4	4	3	4	4	4	4	4	31
95	3	3	3	4	4	4	4	4	29
96	3	4	3	5	4	3	4	4	30
97	4	5	4	4	4	3	5	5	34
98	4	4	3	4	4	4	4	4	31
99	4	5	4	4	4	5	5	4	35
100	4	3	4	4	4	5	4	3	31
101	4	5	4	4	4	5	5	4	35
102	4	3	4	4	4	5	4	3	31

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X)

Correlations

		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	Kepercayaan
K1	Pearson Correlation	1	.607**	.231	.315	.217	.347	.198	.000	-.144	.491**
	Sig. (2-tailed)		.000	.219	.090	.249	.060	.294	1.000	.448	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	.607**	1	.382*	.275	.042	.422*	.328	-.046	-.213	.490**
	Sig. (2-tailed)	.000		.037	.141	.824	.020	.077	.808	.259	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	.231	.382*	1	.739**	.610**	.618**	.584**	.312	.311	.823**
	Sig. (2-tailed)	.219	.037		.000	.000	.000	.001	.093	.094	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K4	Pearson Correlation	.315	.275	.739**	1	.789**	.750**	.462*	.233	.234	.846**
	Sig. (2-tailed)	.090	.141	.000		.000	.000	.010	.215	.214	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K5	Pearson Correlation	.217	.042	.610**	.789**	1	.687**	.488**	.321	.319	.782**
	Sig. (2-tailed)	.249	.824	.000	.000		.000	.006	.083	.086	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K6	Pearson Correlation	.347	.422*	.618**	.750**	.687**	1	.274	.220	.133	.794**
	Sig. (2-tailed)	.060	.020	.000	.000	.000		.143	.244	.485	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K7	Pearson Correlation	.198	.328	.584**	.462*	.488**	.274	1	.468**	.291	.664**
	Sig. (2-tailed)	.294	.077	.001	.010	.006	.143		.009	.119	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K8	Pearson Correlation	.000	-.046	.312	.233	.321	.220	.468**	1	.816**	.519**

	Sig. (2-tailed)	1.000	.808	.093	.215	.083	.244	.009		.000	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K9	Pearson Correlation	-.144	-.213	.311	.234	.319	.133	.291	.816**	1	.425*
	Sig. (2-tailed)	.448	.259	.094	.214	.086	.485	.119	.000		.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kepercayaan	Pearson Correlation	.491**	.490**	.823**	.846**	.782**	.794**	.664**	.519**	.425*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.019	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Keputusan_Pembelian
KP1	Pearson Correlation	1	.417*	.028	.227	.149	.151	.161	.162	.393*
	Sig. (2-tailed)		.022	.884	.228	.433	.426	.396	.391	.032
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.417*	1	.207	.483**	.500**	.617**	.171	.238	.651**
	Sig. (2-tailed)	.022		.271	.007	.005	.000	.366	.205	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.028	.207	1	.637**	.450*	.446*	.632**	.456*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.884	.271		.000	.013	.014	.000	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.227	.483**	.637**	1	.713**	.651**	.511**	.448*	.838**
	Sig. (2-tailed)	.228	.007	.000		.000	.000	.004	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.149	.500**	.450*	.713**	1	.775**	.588**	.641**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.433	.005	.013	.000		.000	.001	.000	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.151	.617**	.446*	.651**	.775**	1	.483**	.440*	.829**
	Sig. (2-tailed)	.426	.000	.014	.000	.000		.007	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	.161	.171	.632**	.511**	.588**	.483**	1	.769**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.396	.366	.000	.004	.001	.007		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	.162	.238	.456*	.448*	.641**	.440*	.769**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.391	.205	.011	.013	.000	.015	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.393*	.651**	.662**	.838**	.866**	.829**	.732**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.032	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reabilitas Kepercayaan Konsumen (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	9

Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	8

Lampiran 4. r-Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	**0.361**	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 5. t-Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 6. Kartu Konsultasi Pembimbingan

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman fe.unj.ac.id

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN KARYA ILMIAH

1. Nama Mahasiswa : Syavira Putri Cancerin
2. No.Registrasi : 1702519035
3. Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
4. Dosen Pembimbing : Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., M.M
   NIP 0002038107
5. Judul Karya Ilmiah :
   Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee (Survei Dilakukan Kepada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	23 Februari 2022	Pengajuan Judul Karya Ilmiah	Revisi Judul dan segera mencari artikel pendukung	
2	9 Mei 2022	Pengajuan Judul dan Jurnal Acuan Terbaru	Revisi Judul dan dosen memberikan saran judul	
3	12 Mei 2022	Pengajuan Judul setelah di revisi	Dosen memberikan saran judul yang pas	
4	20 Juni 2022	Pengajuan Bab 1	Revisi pada bagian Latar Belakang	
5	6 Juli 2022	Pengajuan Bab 2	Revisi pada kesalahan kesalahan penulisan dalam Bahasa asing	
6	13 Juli 2022	Pengajuan Bab 3 Pengajuan Kuesioner	Diberikan semangat untuk mencari sebanyak-banyak responden	

7	31 Juli 2022	Pengajuan Bab 3 Olah Data	Hasil olah data sudah baik, selanjutnya dilakukan uji hipotesis	
8	1 Agustus 2022	Pengajuan Bab 4 Kesimpulan dan Saran	Dalam saran di harapkan dapat mengevaluasi hasil penelitian yang telah diteliti dan dapat memberikan masukan pada perusahaan dengan mengemukakan hasil penelitian, serta dalam saran untuk peneliti selanjutnya agar responden yang dapat diteliti lebih variatif	
	SETUJU UNTUK UJIAN KARYA ILMIAH			

Catatan :
1. Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
2. Kartu ini dibawa pada saat Ujian Karya Ilmiah, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan
3. Pilih salah satu *)

Lampiran 7. Format Saran dan Perbaikan

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Gedung M Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285
www.fe.unj.ac.id

FORMAT SARAN DAN PERBAIKAN PENULISAN KARYA ILMIAH
FAKULTAS EKONOMI - UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

1. Nama Mahasiswa : Syavira Putri Cancerin
2. No.Registrasi : 1702519035
3. Program Studi : D3 – Manajemen Pemasaran
4. Tanggal Ujian Skripsi/Non Skripsi : Jumat, 19 Agustus 2022

NO	NAMA PENGUJI/PEMBERI SARAN	MASALAH SARAN PERBAIKAN	HALAMAN	TANDA TANGAN PEMBERI SARAN
1.	Shandy Aditya, BIB., MPBS	Kata pengantar, di urutkan dari jabatannya yang paling tinggi. contoh dekan > korprodi > dll	iii	
		Sample pada hal 19, tidak ada detail sample untuk screening question. Mohon dibuat bullet point	19	
		Untuk saran mohon dimasukan bukti dari hasil survey	52	
2.	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si. Ph.D	Pada bagian judul dan abstrak diperbaiki penggunaan tata bahasanya	i	
		Perhatikan font yang berbeda,kata asing,penyusunan margin atau jarak dan spasi,penulisan angka,dan tulisan yang di tebalkan	viii	
		Perbaiki Tabel dan Diagram agar tidak terlalu berwarna mencolok, Jangan lupa sertakan sumber sumber dan di letakkan pada bagian Lampiran	30	

Sudah diperbaiki sesuai saran <== SETUJU DIPERBANYAK ==>		Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II	

Catatan :

1. Pada waktu konsultasi perbaikan/penyempurnaan skripsi, kartu ini harus diperlihatkan kepada Pembimbing (I dan II)
2. Target perbaikan/penyempurnaan Karya Ilmiah..... setelah tanggal ujian
3. Kartu ini harus dilampirkan pada waktu meminta tanda tangan Tim Penguji untuk penyerahan Karya Ilmiah

Lampiran 8. Uji Turnitin

29 agustus 2022

by Syavira Syavira

Submission date: 29-Aug-2022 02:08PM (UTC+0700)
Submission ID: 1888684684
File name: BAB_1_-_4.docx (112.62K)
Word count: 6172
Character count: 39847

29 agustus 2022

ORIGINALITY REPORT

14%	%	11%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
2	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
5	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	1%
6	Shafira Andini Aulia, Jamiah Jamiah, Achmad Jubaidi. "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Dinas Perindustrian Kota Samarinda", PREDIKSI : Jurnal Administrasi dan Kebijakan, 2021 Publication	1%
7	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	

		1 %
8	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
9	Annisa Widilia Rahmawati, IBN Udayana, Bernadetta Diansepti Maharani. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2022 Publication	<1 %
10	Tiara Ajmi Rissalah, Lisa Sulistyawati. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Shopee di Mojokerto pada Masa Pandemi", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2022 Publication	<1 %
11	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
12	Submitted to Universitas Bangka Belitung Student Paper	<1 %
13	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
14	Amelda Pramezwary, Juliana Juliana, Jennifer Winata, Roselynn Tanesha, Tiffanysius	<1 %

Armando. "Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19", Jurnal Perspektif, 2021
Publication

15	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
16	Kd Puspita Dwi Anjani, I Gusti Ayu Wimba. "PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT.WARISAN EURINDO DI DALUNG, KEROBOKAN, KEDONGANAN", Widya Amrita, 2021 Publication	<1 %
17	Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta Student Paper	<1 %
18	Erawati - Kartika. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN", Jurnal Manajemen dan Profesional, 2021 Publication	<1 %
19	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1 %
20	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	<1 %

21	Submitted to stipram Student Paper	<1 %
22	Adang Suryana, Ahmad Nur Rizal, Variyan Ariadi. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DWIGIE TAUCO COOKIES KABUPATEN CIANJUR, JAWA BARAT", Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS), 2022 Publication	<1 %
23	Akhmad Firdan Rakhman, Nur Ainy. "PENGARUH LABA PER SAHAM, PENDAPATAN, DAN TOTAL ARUS KAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Indonesia Sektor Industri Barang Konsumsi dan Aneka Industri periode 2015-2016)", Multiplier: Jurnal Magister Manajemen, 2019 Publication	<1 %
24	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %
25	Submitted to Asosiasi Dosen, Pendidik dan Peneliti Indonesia Student Paper	<1 %
26	I Gusti Ngurah Khrisna Siwa Putra, Luh Komang Candra Dewi. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN E- SERVICE QUALITY TERHADAP	<1 %

CUSTOMER SATISFACTION SERTA LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI TABANAN", Journal of Applied Management Studies, 2020
Publication

27	M. Fikri Hidayatullah, Muhammad Wadud, Roswaty Roswaty. "Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang)", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2020 Publication	<1 %
28	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
29	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %
30	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	<1 %
31	Arthur Johanes Pontoh, Grace B. Nangoi, Robert Lambey. "PENGARUH KOMPETENSI APARATUR SIPIL NEGARA DAN KUALITAS SISTEM AKUNTANSI INSTANSI TERHADAP KUALITAS PENYAJIAN DANA DEKONSENTRASI DALAM LAPORAN KEUANGAN DI PROVINSI	<1 %

SULAWESI UTARA", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2017
Publication

32	Marco Rosario Capodiferro, Bethany Aram, Alessandro Raveane, Nicola Rambaldi Migliore et al. "Archaeogenomic Distinctiveness of the Isthmo-Colombian Area", Cold Spring Harbor Laboratory, 2020 Publication	<1 %
33	Tatik Mulyati, Saraswati Budi Utami. "EFFECT of COMPETENCE, WORK PLACEMENT and ACHIEVEMENT on CAREER DEVELOPMENT (Study at BPN Madiun Municipality)", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2019 Publication	<1 %
34	Yetty Komala Sari. "Pengaruh Motivasi terhadap Semangat Kerja Pegawai pada Kantor Balai Diklat Keuangan Palembang", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2020 Publication	<1 %
35	Anggia Safitri, Riyanto Riyanto, Dessy Damayanthy. "Pengaruh Pendistribusian Dana Zakat Produktif terhadap Tingkat Pendapatan Mustahik di DPU Daarut Tauhid Bogor", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2021 Publication	<1 %

36	DEDEK JAJAD KURNIAWAN. "PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP LABA BERSIH WIRAUSAHA PADA WARUNG KULINER KERANG DEKAJE KABUPATEN LAMPUNG TIMUR", FIDUSIA : JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN, 2018 Publication	<1 %
37	EVI RESEPINA Br. SEMBIRING. "PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PERUMBULOG KANWIL SUMUT", JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY, 2021 Publication	<1 %
38	Altofu Rohman, Aglis Andhita Hatmawan. "ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN (Study Kasus Pada Pengguna Jasa JNE Express Across Nations Cabang Nganjuk)", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2018 Publication	<1 %
39	Hanna Fakhriyah, Suwardi Suwardi. "MENANAMKAN NILAI AGAMA PADA ANAK USIA DINI DI PENGARUH MEDIA IKLAN MAKANAN TERHADAP POLA MAKAN ANAK USIA 4-6 TAHUN", Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (AUDHI), 2021 Publication	<1 %

40	Iga Maghfirah Deviana, Elimawaty Rombe, Rahmat Mubaraq. "KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI AIR MINERAL AQUA", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2018 Publication	<1 %
41	Kurnia Sandi, Sumar Thoyib, Christianingrum Christianingrum. "Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Angkatan 2016-2018", Holistic Journal of Management Research, 2020 Publication	<1 %
42	Sari Purnama Putri Wir'atmaja, Sugiarti Sugiarti, Hastuti Retno Kuspiyah. "KORELASI METODE DISKUSI DENGAN HASIL BELAJAR SISWA PADA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA KELAS VIII MTs TAKWA GUMAWANG", Seulas Pinang: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra, 2020 Publication	<1 %
43	Antonius Yadi Kuntoro, Moh. Arie Hasan, Dedi Dwi Saputra, Dwiza Riana. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan	<1 %

Pelanggan Fixpay Menggunakan SEM Dengan PLS", Jurnal Informatika, 2019
Publication

44	Hardini Ariningrum, Afif Al Ansori. "PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP KINERJA USAHA", Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2021 Publication	<1 %
45	Lisa Amelia, Iis Pradesan. "Pengukuran Kualitas Layanan Website Terhadap Kepuasan Pengguna pada Universitas XYZ dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0", Jurnal Sistem dan Informatika (JSI), 2019 Publication	<1 %
46	Regina Laurensana Tuwaidan, Jullie J. Sondakh, Inggriani Elim. "PENGARUH TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI TERHADAP PENERIMAAN PAJAK PADA KPP BITUNG", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2013 Publication	<1 %
47	Riza Fachrizal. "Pengaruh modal dan tenaga kerja terhadap produksi industri kerajinan kulit di Kabupaten Merauke", Agrikan: Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan, 2016 Publication	<1 %