

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Akuntansi



Oleh:

MAUFIROTUL JANNAH

202010170311048

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

SKRIPSI


**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KUALITAS INFORMASI TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

Oleh :

Maufirotul Jannah
202010170311048


Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Juni 2024

Pembimbing I,


Prof. Djoko Sigit Sayogo, S.E., M.Acc., Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Driana Leniwat, S.E., M.S.A., Ak., CSRS, CSRA.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Maufirotul Jannah**

NIM : **202010170311048**

Jurusan : **Akuntansi**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 21 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Prof. Djoko Sigit Sayogo, S.E., M.Acc., Ph.D.**

Penguji I : **Dra. Sri Wahjuni Latifah, M.M., Ak., CA.**

Penguji II : **Drs. Dhanial Syam, M.M., Ak., CA.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Driana Leniwati, S.E., M.S.A., Ak., CSRS, CSRA.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **Maufirotul Jannah**
NIM : 202010170311048
Progam Studi : Akuntansi
Surel : maufirotuljannah12@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya, dan apabila di kemudian hari dapat terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 02 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Maufirotul Jannah

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia. Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang berjumlah 3.749 mahasiswa. Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Jenis penelitian yaitu asosiatif dengan penekatan kuantitatif. Pada penelitian ini dilakukan pengelolaan data dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian Kepercayaan memiliki hubungan positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Kemudahan Penggunaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Kualitas Informasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research was conducted to test the influence of trust, ease of use, quality of information on purchasing decisions on the Tokopedia application. The student population of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Malang, totaling 3,749 students. The samples was determined using the purposive sampling method. This type of research is associative with a quantitative approach. In this research, data management was carried out using SPSS. The results of the research are that Trust has a positive and insignificant relationship to purchasing decisions, Ease of Use has a positive and significant relationship to purchasing decisions, and Information Quality has a positive and significant relationship to purchasing decisions.

Keywords: Trust, Ease of Use, Information Quality and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik dan hidaya-Nya kepada hambanya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA** dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang membawa kesempurnaan ajaran dan karena syafaatnya kita dapat menentukan mana hak dan mana yang bathil.

Selama penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis bersyukur dan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Ibu Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Ibu Dr. Driana Leniwati, S.E., M.SA., Ak., CSRS., CSRA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Prof. Djoko Sigit Sayogo, SE., M.Acc., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan saran, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dra. Sri Wahjuni Latifah, MM., Ak., CA selaku dosen penguji I dan bapak Drs. Dhaniel Syam, MM., Ak., CA selaku dosen penguji II.
6. Kedua orang tua, yaitu ayahanda H. Moh Amir Ramli dan Ibunda Hj. Ummul Jannah yang telah banyak mendoakan, untuk beliau berdualah skripsi ini saya persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam

membesarkan dan membimbing saya selalunya support selama ini sehingga saya dapat terus berjuang dalam meraih mimpi apapun itu dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan saya dapatkan adalah karena kalian berdua.

7. Terima kasih teruntuk kakak saya hanik, luky, hidan dan dela serta adik saya anggi dan keponakan saya zahra, alisha, jasmine, syafiya yang selalu mendoakan dan menghibur saya saat mulai Lelah menulis skripsi ini. Kalian adalah keluarga terbaik yang membuat saya semangat untuk melakukan tugas skripsi ini.
8. Kepada keluarga kecil saya abi mahdi dan umi fiyeh serta nenek saya zahro terima kasih sudah mendoakan dan mendengarkan.
9. Kepada sahabat kecilku Erin, Dhea, Novi dan Debby yang selalu support dan menyemangati saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk teman rantauku, inas, ulfa, izzah, amel, indah, dina, silvi dan alvia yang membantu saya saat skripsian.
11. Almater Universitas Muhammadiyah Malang.

Kepada nama-nama yang disebutkan diatas, hanya ungkapan erima kasih dan doa yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah diberikan dicatat sebagai sebuah kebaikan dan ibadah yang tiada ternilai. Amin.

Demikian, dengan segala kekurangan dan keterbatasan, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari berbagai pihak supaya karya tulis ini bermanfaat bagi yang membutuhkan

Billahitaufiq Wal Hidayah.

Malang, 19 Juni 2024

Maufirotul Jannah

DAFTAR

DAFTAR ISI.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Reviu Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka	10
2.2.1 Sistem Informasi Akuntansi	10
2.2.2 Sistem Informasi Akuntansi Penjualan.....	12
2.2.3 Kepercayaan	13
2.2.4 Kemudahan penggunaan.....	16
2.2.5 Kualitas Informasi	17
2.2.6 Keputusan Pembelian	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Pengembangan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	31
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4 Teknik Pengambilan Data	35
3.5 Skala Pengukuran.....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Uji Instrumen.....	36
3.8 Analisis Komponen Utama (Principal component analysis).....	38
3.9 Uji Asumsi Klasik	40

3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.11 Pengujian Hipotesis	42
3.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2 Gambaran Umum Sampel Responden	46
4.1.3 Distribusi Jawaban Responden	48
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Uji Instrumen	54
4.2.2 Analisis Komponen Utama	56
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.2.5 Uji Hipotesis	65
4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.3.3 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
BAB V KESIMPULAN.....	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	36
Tabel 4.1 Pengujian Responden.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Prodi.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Usia.....	48
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Variabel Y.....	48
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Variabel X.1.....	50
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Variabel X.2.....	51
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Variabel X.3.....	52
Tabel 4.9 Uji Validitas.....	55
Tabel 4.10 Uji Reabilitas.....	56
Tabel 4.11 KMO dan Bartlett Test.....	56
Tabel 4.12 Measure of Sampling Adequacy.....	57
Tabel 4.13 Output Komunalitas.....	58
Tabel 4.14 Output Total Varians.....	59
Tabel 4.15 Output Component Matrix.....	60
Tabel 4.16 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.18 Uji Heteroskedastitas.....	62
Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.20 Uji F.....	65
Tabel 4.21 Uji t.....	66
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet.....	1
Gambar 1.2 Peringkat Situs Belanja Online di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Grafik Scaterrplot.....	63



DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, Nadhril. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok." *Jurnal Manajemen* 12, no. 1: 32–39.
- Adi Hidayat. n.d. "10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022." *Katadata*.
- Agassi, Ari. 2019. "KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (SURVEI PADA KONSUMEN TOKOPEDIA)."
- Agustina, Anesya Dika. 2018. "KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN BARANG." *Repository.Usd.Ac.Id*, 1–19.
- Agustina, Melinda, Fidellis Wato Tholok, and Handry Handry. 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, no. 3: 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>.
- Akbar, Muhammad Ilham. 2022. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Belanja Online Di Marketplace Tokopedia Menurut Perspektif Ekonomi Islam," no. 8.5.2017: 2003–5.
- Aziz, Abdullah, and Monica Tiarawati. 2021. "Pengaruh Reputasi Penjual, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Second Hand (Studi Pada Pengguna Aplikasi Olx)." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 12, no. 1: 2–14.
- Azhar, Susanto, 2017, Sistem Informasi Akuntansi (Pemahaman konsep secara terpadu) Edisi Kesatu, Bandung: Lingga Jaya.ss
- Basri, A. R. D., Murti, G. T., Budayawanti, A., Adzkya, T., Azreen⁴, A., & Akbar, Z, 2017. Studi Kasus Sistem Informasi Manajemen Terhadap Perusahaan Tokopedia.
- Batbayar, Molomjamts, Budsuren Batsaikhan, Gankhuyag Enebish, Undrakh Munkhzaya, and Naranzul Sodnompil. 2018. "Influences of Website Quality on Online Purchase Intention of Air Ticketing Service: In Case of Mongolia." *Invention Journal of Research Technology in Engineering & Management (IJRTEM)* *Www.Ijrtem.Com*, no. 6: 13–18.

- Caldas, Miguel Pinto. 2003. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. *Revista de Administração Contemporânea*. Vol. 7. <https://doi.org/10.1590/s1415-65522003000100014>.
- Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3: 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Desky, Harjoni, and et al Murinda. 2022. "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Owner* 6, no. 2: 1812–29. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>.
- Dhini, Vika Azkiya. 2021. "Pusat Data Ekonomi Dan Bisnis Indonesia | Databoks." *Databoks Katadata*.
- Dwisuci, S. D. (2022). *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Secara Tunai Dan Kredit Terhadap Upaya Meningkatkan Pengendalian Internal Penjualan Pada PT. Bakrie Pipe Industries* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Enzellina, Gina, and Didi Suhaedi. 2022. "Penggunaan Metode Principal Component Analysis Dalam Menentukan Faktor Dominan." *Jurnal Riset Matematika*, 101–10. <https://doi.org/10.29313/jrm.v2i2.1192>.
- Febriani, I. D., Pangestu, I. A., Gee, S., Hulu, L. P., & Wijoyo, A. (2023). *SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM MENUNJANG PENGAMBILAN KEPUTUSAN*. *JRIIN: Jurnal Riset Informatika dan Inovasi*, 1(2), 473-482.
- Ghozali, Imam. 2011. "Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.Pdf."
- Harahap, Dedy Ansari. 2018. "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus." *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9, no. 2: 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>.
- Hendra, Gunawan, Zulkarnain, and Alvi Furwanti Alwie. 2019. "Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Masyarakat Pada Informasi Publik Dari Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Provinsi Riau." *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* 11, no. 4: 684–97.
- Kusuma, Ardianto. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Website Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Islam Indonesia)." *Journal Competency of Business* 3, no. 1: 65–79. <https://doi.org/10.47200/jcob.v3i1.670>.
- Kusumo, Ambar Tyas. 2022. "Analisa Variabel Yang Mempengaruhi Kepuasan, Loyalitas, Dan Kepercayaan Pelanggan Pada e-Commerce Shopee (Studi Kasus

- Pelanggan Shopee : Mahasiswa Manajemen Stei Rawamangun Angkatan 2018)" 12, no. 2004: 6–25.
- Latifah, Atikatul. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 17 Agustus 1945 Surabaya." *NBER Working Papers*, no. 2: 89.
- Latifah, Nunuk, Anna Widayani, and Rani Arifah Normawati. 2020. "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee." *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 14, no. 1: 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>.
- Lestari, Indah Tri, and Widyastuti Widyastuti. 2019. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 7: 1–2.
- Lutfillaili. 2019. "PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEHANDALAN, DAN JAMINAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA," no. 8.5.2017: 2003–5.
- Mahliza, Febrina. 2020. "Consumer Trust in Online Purchase Decision." *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, no. March: 142–49. <https://doi.org/10.36713/epra4022>.
- Mantara, Made Abi, and Ni Nyoman Yulianthin. 2022. "Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha." *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi* 2, no. 1: 18–28. <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.3529>.
- Marsalin, Ana Dewi, and Christiawan Hendratmoko. 2023. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Brand Image Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Sukoharjo)." *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* 1, no. 3: 198–214.
- Meinarni, N. P. S., & Thalib, E. F. (2019). Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan*, 7(2), 194-205.
- Molyadi, Ahmad, Muhammad Mansur, and Restu Millanintyas. 2022. "Pengaruh Kualitas Informasi, Advertising Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Olshop (Tokopedia) (Studi Kasus Mahasiswa FEB Jurusan Akuntansi Unisma Angkatan 2018)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* Vol 11, no. No 15: 114–25.

- Mulyadi, Agustinus, Dian Eka, and & Welly Nailis. 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada." *Jembatan* 15, no. 2: 87–94. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oktaliani, Devi. 2019. "Pengaruh Kepercayaanab Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada."
- Prihatini, D. N. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Rahayu, Sri. 2021. "Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 20, no. 1: 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>.
- Romney dan Steinbart. (2018). *Sistem Informasi Akuntansi: Accounting Information Systems* (Edisi 14), Pearson.
- Rorie, Agatha Gratia Sara, Altje L Tumbel, and Emilia Gunawan. 2022. "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan Barat District." *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum* 6, no. 1: 365–70.
- Rusiliyanti, Fifi. 2023a. "Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Di Kota Malang," 89.
- Samudro, Dicky Anugrah. 2020. "Peran Kualitas Layanan Elektronik, Presepsi Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Niat Pembelian Online Streaming Musik Spotify." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3: 968. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p968-980>.
- Sari, Ulan Permata. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee."
- Simanullang, Krisda Meiyanti, and Dahliana Kamener. 2021. "Pengaruh Harga, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Mahasiswa/i Pengguna Aplikasi Lazada Di PTN Kota Padang)." *Kumpulan Executive Summary Mahasiswa Prodi Manajemen Wisuda Ke 76 Tahun 2021* 19, no. 2: 4–6.

- Sugiyono. 2019. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D."
- Sulistiyawati, et al. 2021. "Peran Kepercayaan , Kemudahan , Dan Kualitas Informasi Dalam Peningkatan," no. 3: 165–71.
- Susanto, Dedek, Muinah Fadhilah, and IBN Udayana. 2023. "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online." *International Journal of Research in Science, Commerce, Arts, Management and Technology* 3, no. 2: 410–21. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>.
- Souhoka, S. (2020). PENGARUH PENERAPAN SISTEM E-COMMERCE TERHADAP PENJUALAN JASA PADA MANISE HOTEL KOTA AMBON. *PELUANG*, 14(2).
- Tokopedia. 2021. "Cerita Tokopedia: Lebih Banyak Tentang Perjalanan Kami." <https://www.tokopedia.com/about/our-story>.
- Tokopedia. 2022. "10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022." *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>.
- Tokopedia. 2023. "Cara Daftar Akun Tokopedia | Tokopedia Care." <https://www.tokopedia.com/help/article/cara-daftar-akun-tokopedia>.
- Utami, Tri. 2022. "Pengaruh Pelayanan E-Commece Terhadap Kepercayaan Konsumen Di T Online RR Stuff Kota Bengkulu," 12–18.
- "Van-Blerkom-Chapter." 2009.
- Wardoyo, Savira. 2021. "Tokopedia Dibayangi Krisis Kepercayaan Dari Konsumen." *CNBC Indonesia*.
- Yolandita, Cintia, Edy Nursanta, Widiyarsih Widiyarsih, and Siti Masitoh. 2022. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Informasi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee." *Jurnal Sosial Teknologi* 2, no. 6: 479–86. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i6.343>.
- Yustiani, Rini, and Rio Yunanto. 2017. "Ilmiah Komputer Dan PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS DI ERA Ilmiah Komputer Dan." *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Infomatika (KOMPUTA)* 6, n

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA

ORIGINALITY REPORT

3% SIMILARITY INDEX	2% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	2% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	2%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On