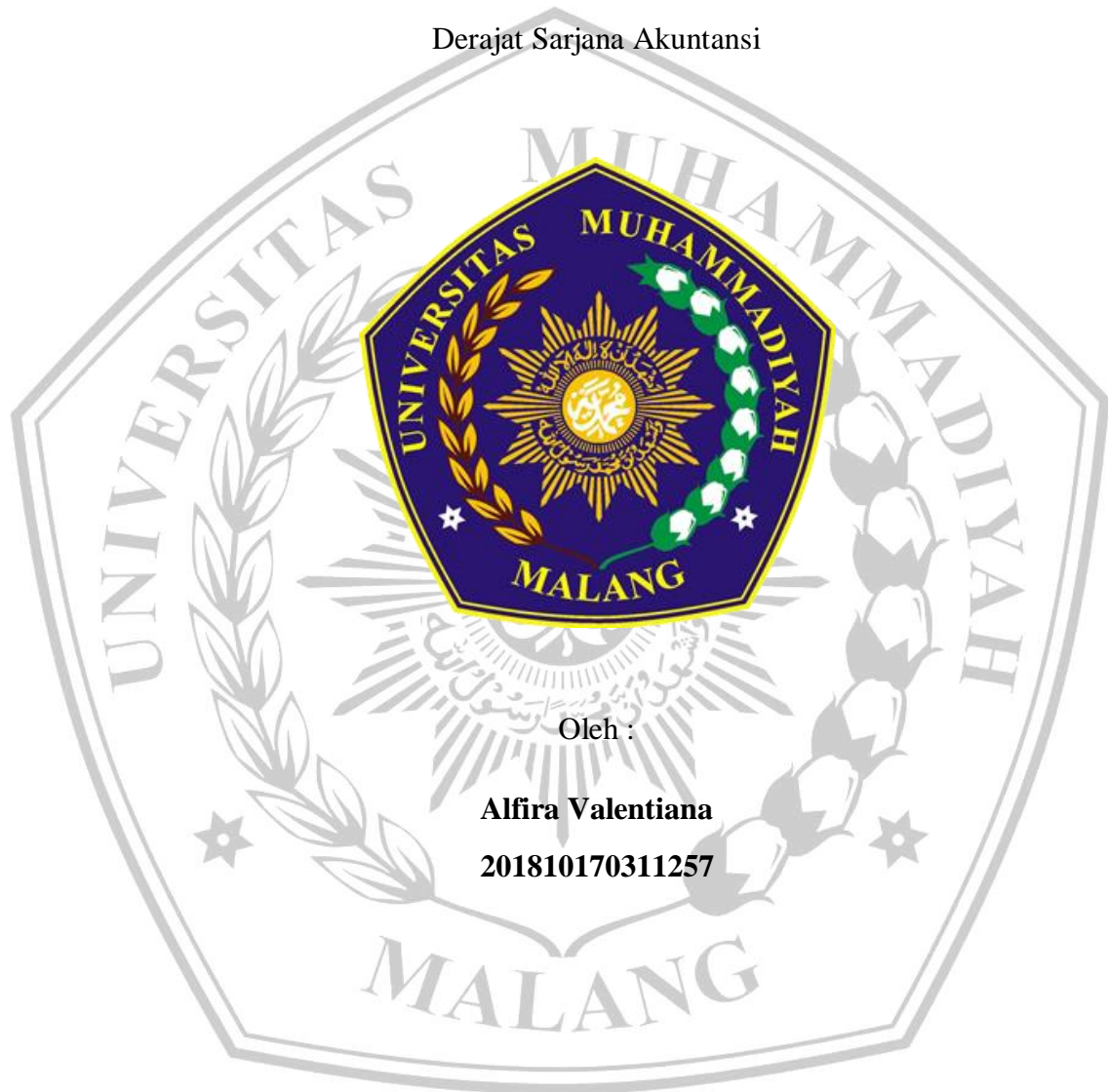


**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEAMANAN,
KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT
PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Akuntansi



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2023**

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN,
KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA**

Oleh :

Alfira Valentiana

201810170311257

Diterima dan disetujui
pada tanggal 03 November 2023

Pembimbing I,

Dra. Sri Wibawani W. A., M.Si., Ak. CA.

Pembimbing II,

M. Wildan Affan, S.E., M.SA., Ak.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Driana I., S.E., M.SA., Ak., CSRS., CSRA



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Alfira Valentiana

NIM : 201810170311257

Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 03 November 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Aviani Widyastuti, S.E., M.SA., Ak., CA.

Penguji II : Agustin Dwi Haryanti, S.E., M.M., Ak.

Penguji III : M. Wildan Affan, S.E., M.SA., Ak.

Penguji IV : Dra. Sri Wibawani Wahyuning A., M.Si., Ak. CA.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Driana L, S.E., M.SA., Ak., CSRS., CSRA.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Alfira Valentiana
NIM : 201810170311257
Program Studi : Akuntansi
Surel : alfiravalentiana5@gmail.com

Dengan ini menyebutkan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya 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 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, 21 November 2023

Yang Membuat Pernyataan



Alfira Valentiana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Maka dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Orang tua yang sangat saya sayangi yaitu Ibu Marti Andriana dan Alm. Bapak Didik Yudi Susanto yang selama ini memberikan bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil, serta senantiasa memberikan motivasi untuk menyelesaikan pendidikan sarjana dengan baik
2. Bapak Prof. Dr. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)
3. Yang terhormat, Ibu Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Ibu Dr. Driana Leniwati, SE., M.SA., Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Malang

5. Bapak Dwi Irawan, S.E., M.Ak selaku dosen wali kelas Akuntansi E Angkatan 2018
6. Ibu Dra. Sri Wibawani Wahyuning A, M.Si., Ak. CA. Selaku dosen pembimbing I dan Bapak M. Wildan Affan, S.E., M.SA., Ak. Selaku dosen pembimbing II yang selalu membimbing saya dalam proses penulisan skripsi hingga saya dapat menyelesaikan dengan baik
7. Kepada sahabat saya Fitri, Belzam, Titi, Tya. Saya ucapkan terimakasih banyak atas dukungan secara langsung maupun tidak langsung
8. Kepada keluarga besar Kelas Akuntansi E angkatan 2018
9. Kepada Asiwaga Prayuana selaku pasangan saya. Terimakasih banyak telah menemani saya dalam proses pembuatan skripsi ini. Terimakasih juga telah memberikan dukungan, doa, serta menjadi tempat keluh kesah selama ini.
10. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan doa yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu
11. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

Akhirnya dengan menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang penulis miliki, untuk itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk

memperbaiki demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi penulis serta pembaca.

Malang, November 2023

Penulis

Alfira Valentiana

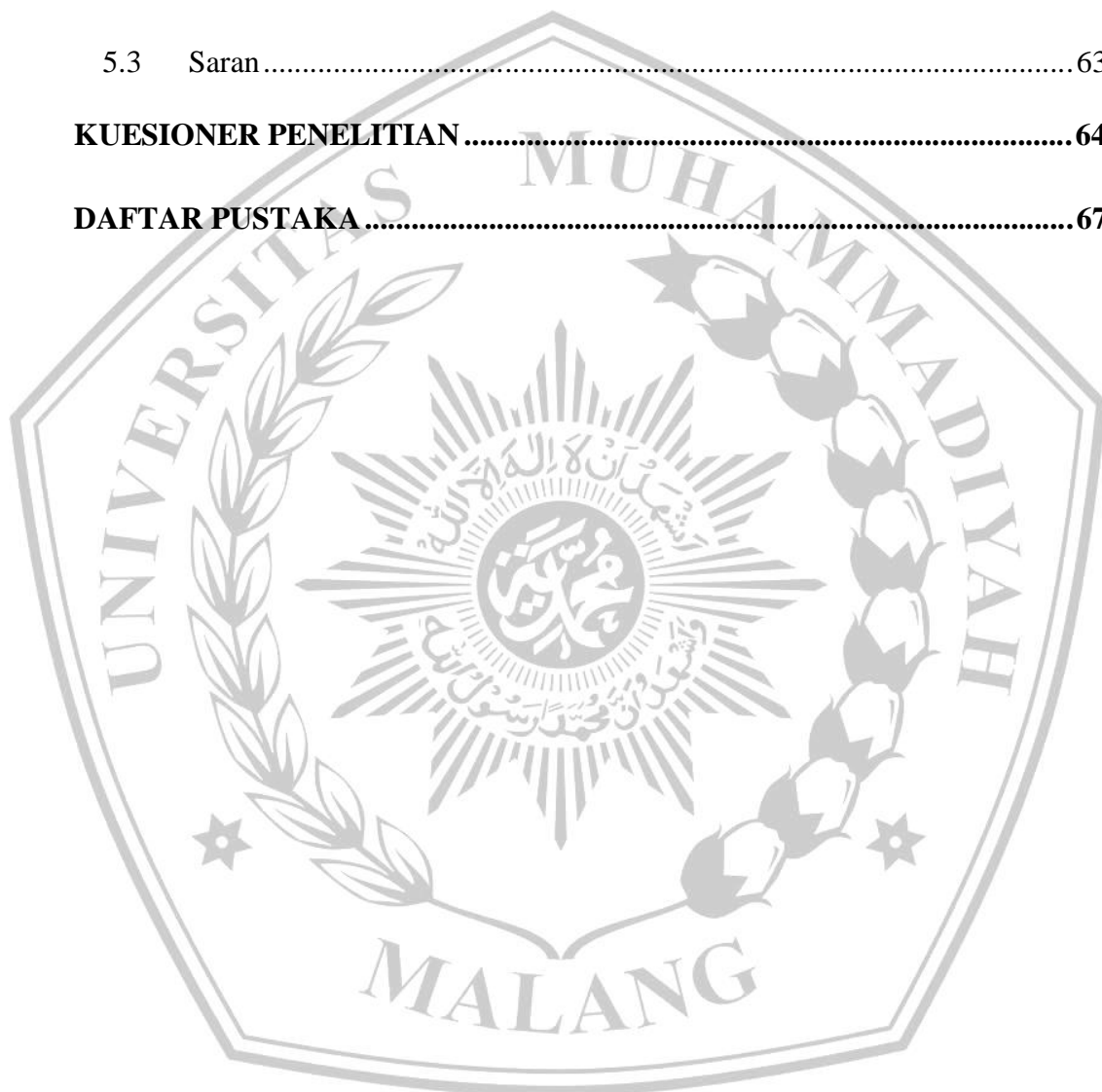


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Manfaat.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori dan Kajian Pustaka.....	12
2.2.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM).....	12
2.2.2 Definisi Bisnis Online atau E-Commerce.....	13
2.2.3 Literasi Keuangan.....	15
2.2.4 Keamanan (Perceived Security).....	17

2.2.5 Kepercayaan (Trust)	19
2.2.6 Kualitas Informasi.....	21
2.2.7 Minat Pembelian	22
2.2.8 Tokopedia	25
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Penentuan Teknik Sampel.....	31
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.3.1 Definisi Operasional	32
3.3.2 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.5 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Karakteristik Responden.....	42
4.2 Analisis SEM-PLS.....	44
4.3 Evaluasi Outer Model.....	44
4.4 Evaluasi Inner Model atau Structural Model.....	51
4.5 Pengujian Hipotesis	52

4.6	Pembahasan	54
BAB V PENUTUP.....		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Keterbatasan	62
5.3	Saran.....	63
KUESIONER PENELITIAN.....		64
DAFTAR PUSTAKA.....		67



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.2 Usia Responden.....	40
Tabel 4.3 Jurusan Responden.....	41
Tabel 4.4 Nilai Average Variance Ectacted (AVE)	42
Tabel 4.5 Nilai Outer Loading 1	43
Tabel 4.6 Cross Loading	45
Tabel 4.7 Nilai AVE diagonal.....	46
Tabel 4.8 Nilai Composite Reibility dan Cronbach Alpa	47
Tabel 4.9 Nilai R-Square Adjusted	48
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 hasil pengolahan Data Tahap I44



DAFTAR PUSTAKA

- Aini, F. N. & Susanti, S., 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace.. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(11), p. 911.
- Ansong, A. & Gyensare, M. A., 2012. Determinants of university working-students' financial literacy at the University of Cape Coast, Ghana. *International journal of business and Management*, 7(9), p. 126.
- 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*, 9(1), p. 46-57.
- Chen, H. & Volpe, R. P., 1998. An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), p. 107-128.
- Ciptowening, A. K., Dewi, R. S. & Ngatno, N., 2021. Pengaruh E-Service Quality Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), p. 762-771.
- Danuarta, G. L. N. & Darma, G. S., 2019. Determinants of using Go-pay and its impact on net benefits. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(11), pp. 173-182.
- Davis, J. C. & Sampson, R. J., 1886. *Statistics and data analysis in geology*. New York: Wiley.: s.n.

- Danuarta, G. L. N. & Darma, G. S., 2019. Determinants of using Go-pay and its impact on net benefits. International. *Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(11), pp. 173-182.
- Davis, J. C. & Sampson, R. J., 1886. *Statistics and data analysis in geology*. New York: Wiley.: s.n.
- DeLone, W. H. & McLean, E. R., 1992. Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), p. 60-95.
- Ernawati, N. & Susanti, D. A., 2016. Pengaruh Pemahaman Kode Etik Profesi Akuntan Terhadap Perilaku Etis Mahasiswa Akuntansi Universitas Muria Kudus. *Jurnal Ekonomi*, 4(2), pp. 101-208.
- Fahmi, S., 2018. Pengaruh persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap niat konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce, melalui sikap sebagai variabel intervening. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(1), pp. 86-96.
- Fatikasari, C. D., 2018. Pengaruh persepsi keamanan, persepsi privacy, dan brand awareness terhadap kepercayaan konsumen online dengan kepuasan sebagai variabel mediasi (studi pada pengguna media sosial instagram di yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(2), pp. 136-147.
- Furi, R., Hidayati, N. & Aisyah, S., 2020. Pengaruh keamanan, kemudahan, kepercayaan dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli online pada situs jual beli shoppe. *E -JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(2).

Gunawan, H. & Ayuningtiyas, K., 2018. Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), pp. 152-165.

Hidajat, T., 2016. *Literasi Keuangan*. Jateng: STIE Bank BPD Jateng.

Hildaria, H., 2017. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. *Universitas Sanata Dharma*.

Hudayah, S. & ZA, S. Z., 2016. Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 1(3).

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), p. 31–42.

Indika, D. R. & Jovita, C., 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), p. 25–32.

Jørgensen & Skard, S., 2022. How going green builds trusting beliefs. *Business strategy and the environment*, 31(1), pp. 297-311.

Khusnudin, M. A., 2020. Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri Tahun Angkatan 2018).

Kurniawan, R., Silalahi, L. B., Limbong, C. & Tambunan, H., 2021. Analisis Literasi, Komunikasi Dan Penalaran Matematika Terhadap Hasil Belajar Siswa Selama Pembelajaran E-Learning Pada Materi Matriks Kelas XI SMA di Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Matematika: Judika Education*, 4(1), pp. 56-70.

Lailiya, N., 2020. Pengaruh brand ambassador dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), pp. 113-126.

Lestari, V. W., Hidayati, N. & Rizal, M., 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Lazada. co. id di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(20).

Lupi, F. R. & Nurdin, N., 2016. Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. Com.. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), pp. 20-29.

- Lupi, F. R. & Nurdin, N., 2016. Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. Com.. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), pp. 20-29.
- Mariyanti, T., 2017. Analisis Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kepercayaan Kepada Bank Syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19(2).
- McKnight, D. H., Choudhury, V. & Kacmar, C., 2002. The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. *The journal of strategic information systems*, 11(3-4), pp. 297-323.
- Mulyadi, A., Eka, D. & Nailis, W., 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan*, 15(2), p. 87-94.
- Praditya, A., 2019. Pengaruh media sosial dan komunikasi bisnis terhadap perkembangan bisnis online shop. *Jurnal Semarak*, 2(1), pp. 31-43.
- Priyanti, Y., Susanti, F. & Aziz, N., 2017. Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Dipasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. *Jurnal Pundi*, 1(12), p. 87-96.
- Rahayu, P. D. & Djawoto, D., 2017. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).

- Rohmanto, F. & Susanti, A., 2021. Pengaruh literasi keuangan, lifestyle hedonis, dan sikap keuangan pribadi terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), pp. 40-48.
- Rosdiana, R., Haris, I. A. & Suwena, K. R., 2019. Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), pp. 318-330.
- Rosita, F. & Rofiq, A., 2016. Pengaruh Kepercayaan (Trust) dan E- Security Seals Terhadap Minat Pembelian Konsumen Secara Online: Studi Pada Konsumen Kaspay. com Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Sahi, G. K., Sekhon, H. S. & Quareshi, T. K., 2016. Role of trusting beliefs in predicting purchase intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(8), pp. 860-880.
- Saputri, M. E., 2016. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 15(2), p. 291-297.
- Setianingsih, 2022. Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pembelian konsumen Di era Digital.. p. 1-23.
- Siregar, N., 2018. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet di kota medan (studi kasus kantor plaza telkomcabang iskandar muda no. 35 medan baru). *Jumant*, 7(1), pp. 65-76.

Steel, J. R., 2009. *An outline of inner model theory. In Handbook of set theory.*
Netherlands: Dordrecht: Springer.

Sudiro, P. I. & Asandimitra, N., 2022. Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(1), p. 160–172.

Sundari, C., 2019. Revolusi industri 4.0 merupakan peluang dan tantangan bisnis bagi generasi milenial di Indonesia. *In Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019.*

Susanto, D., Fadhilah, M. & Udayana, I. B. N., 2021. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), pp. 89-97.

Syaifudin, M. & Hendrawan, D., 2013. Analisis pengaruh privasi, keamanan dan kepercayaan terhadap niat untuk bertransaksi secara online di olx. co. id.. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).

Udayanthi, N. O., Herawati, N. T. & Julianto, I. P., 2018. Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), p. 195–208.

Syaifudin, M. & Hendrawan, D., 2013. Analisis pengaruh privasi, keamanan dan kepercayaan terhadap niat untuk bertransaksi secara online di olx. co. id.. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).

Udayanthi, N. O., Herawati, N. T. & Julianto, I. P., 2018. Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), p. 195–208.

Umam, 2014. Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), p. 1689–1699.

Utami, A. R. H. S., 2020. Utami, A. R. H. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), pp. 79-93.

Utomo, M. N., Ariani, M., Safitri, J. & Kaujan, K., 2019. Entrepreneurship strategy for improving business performance using internet technology-based business application. *European Journal of Management Issues*, 27(1-2), pp. 36-45.

Wahyuni, 2022. Model Praktik Manajemen Keuangan Pribadi Berbasis Literasi Keuangan, Orientasi Masa Depan dan Kecerdasan Spiritual pada Generasi “Y” Di Kota Medan. *Owner*, 6(2), p. 1529–1539.

Wahyuningtyas, S. N. S., 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E- Commerce, dan Promosi Penjualan Online terhadap Perilaku Belanja Online. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*,

5(1), p. 47–60.

William & Aripadono, H. W., 2020. Faktor Keputusan Pembelian Konsumen

Online Marketplace Indonesia. *Teknika*, 9(1).

Yudasella, I. F. & Krisnawati, A., 2019. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung. *Jurnal*

Mitra Manajemen, 3(6), pp. 674-687.

Yusuf, 2022. The Impact Of Using Tokopedia On Profitability And Consumer

Service. *Jurnal Darma Agung*, 30(2), pp. 559-573.

Mariyanti, T., 2017. Analisis Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kepercayaan

Kepada Bank Syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19(2).

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA

ORIGINALITY REPORT

17% SIMILARITY INDEX	17% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umm.ac.id Internet Source	4%
2	ojs.unud.ac.id Internet Source	4%
3	ojs.stiesia.ac.id Internet Source	3%
4	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
5	journal.unesa.ac.id Internet Source	2%
6	jema.unw.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On