

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dari variabel kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara parsial dan secara simultan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut.

1. Kepercayaan (X1), Kualitas Informasi (X2) pada aplikasi Shopee, secara simultan (Uji F). Kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh terhadap nilai sig sebesar (0,000) terhadap keputusan pembelian (Y). pada aplikasi Shopee, yang artinya secara simultan terdapat indikator kepercayaan dan kualitas informasi : kompetensi, integritas, kesungguhan, pencarian informasi pra pembeli, pencarian informasi secara terus-menerus, berpengaruh secara signifikan dengan nilai (0,000 > 0,05) terhadap keputusan pembelian. Maka akan dikatakan variabel independen X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap Y dalam memberikan kepuasan. sehingga penilaian konsumen memerlukan teknik agar mampu dalam meyakinkan pembeli,dengan cara memberikan rasa puas dan rasa nyaman kepada konsumen.
2. Kepercayaan (X1), Kualitas Informasi (X2) pada aplikasi Shopee secara parsial (Uji t) Berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig X1 sebesar(0,40) X2 sebesar (0,000) terhadap keputusan pembelian

secara simultan terdapat indikator kepercayaan dan kualitas informasi yaitu: kompetensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, integritas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kesungguhan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan sebesar ($0,040 < 0,05$). Pencarian informasi pra pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan pencarian informasi secara terus menerus, berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan sebesar ($0,000 < 0,05$) Maka akan dikatakan variabel independen X1, X2 berpengaruh secara parsial terhadap Y dalam memberikan kepuasan. Sehingga harus ada hubungan keterlibatan antara perusahaan dengan para pembeli terhadap lingkungan pasar dan dapat mempermudah dimasa yang akan datang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, peneliti perlu memberi saran yang mungkin dapat di pertimbangkan Oleh Aplikasi Shopee. Adapun saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian perlu ditingkatkan kembali karna melihat hasil dari penelitian ini. Sebaiknya Shopee lebih meningkatkan terkait Kemudahan penggunaan dan Kualitas Informasi dan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menyatakan Kepercayaan yang berpengaruh dengan Keputusan pembelian, sebaiknya Shopee mempertahankan dimensi sesungguhnya dalam menampilkan biaya sesungguhnya, dan juga Shopee

harus meningkatkan dimensi kompetensi perusahaan atas kualitas peroduknya kepada konsumen, sehingga konsumen semakin yakin akan pengambilan keputusan.

2. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Informasi yang berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Shopee haruslah mempertahankan informasi dalam bentuk gambar agar lebih menarik bagi para konsumen. Shopee harus meningkatkan konten Informasi dalam keakuratan sebuah informasi yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen semakin yakin akan pengambilan keputusan.
3. Hasil penelitian menunjukkan pada Desa Kediri ada 8 desa salah satunya Kediri Kr. Baru, dimana pada Aplikasi Shopee masih kurang dalam melakukan pendeksripsian barang sehingga konsumen pada saat ini lebih sering juga menggukan aplikasi belanja online yang bernama Tik-tok, karna biaya pengiriman pada aplikasi tiktok lebih murah dan juga banyak mendapatkan, tidak ada biaya penanganan pada aplikasi Tik-tok. Shopee harus meningkatkan lagi sistem COD dan tidak terlalu menarif terlalu banya penanganan, agar konsumen semakin puas dan sering berbelanja kebutuhan barang dan jasanya pada Aplikasi Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

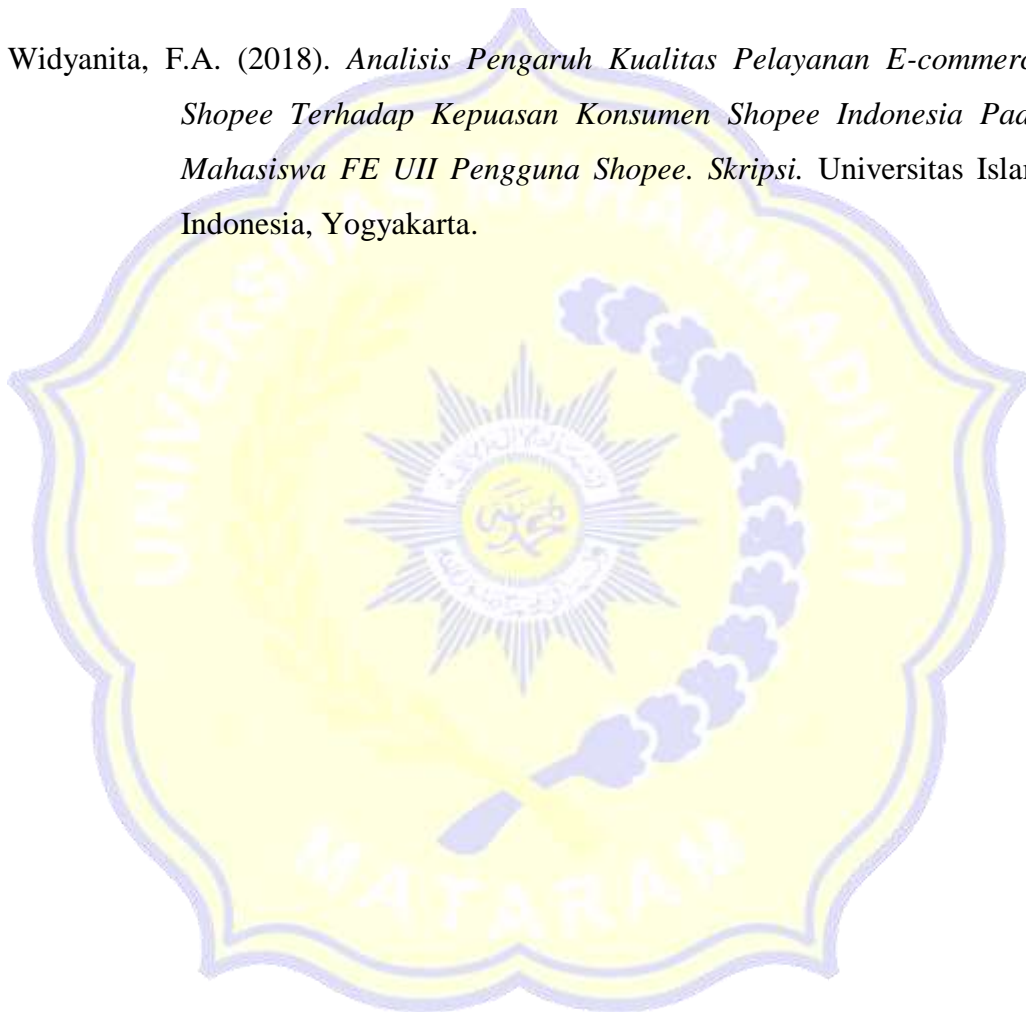
- Agustina, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 17, No.3, 5.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dihni, V. A. *Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022)*. (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Ersada, E.B. (2020). *Analisis Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Belanja Online Shopee Pada Mahasiswa UNPAB*. Skripsi. Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, Medan.
- Hardani, S.Pd., M.Si., dkk (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hardiawan, A.C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- Kotler dan Keller (2020). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Mambu, T.R., dkk (2021).Kepercayaan Konsumen, Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-commerce Shopee di Kota Tandano. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.2, No.1, 3.
- Prakoso, A.A. (2017). *Analisi Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta.

- Primadasa, Y.G. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. Skripsi*. Universitas Pelita Bangsa Bekasi, Bekasi.
- Priyatno, D. (2016). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Putra, dkk (2022). Perbandingan Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Wallet Pada E-marketplace Tokopedia dan Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 16, No.1, 7.
- Rachmawati, I.K. dkk (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 3(1), 1617-1625.
- Riyanto., S & Hatmawan., A., A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai *Variabel Intervening*. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan teknologi*, Vol. 4, No. 1, 38-51.
- Sugiyono (2013). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & B*. Bandung: AlfaBeta
- Virmawati, I.W. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Aplikasi Shopee. Skripsi*. Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta.

Wahyudiyono (2020) Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Komunikasi dan Informatika*, Vol. 5, No. 1, 8

Wahyuningsih (2020). *Pengaruh Promosi, Minat Beli dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pada KonsumenShopee*. Skripsi. Universitas Semarang, Semarang.

Widyanita, F.A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.



LAMPIRAN KUISIONER

Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee

Tujuan pengisian kuisisioner penulis lakukan guna melancarkan penyusunan skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram. Perlu diketahui kuisisioner hanya untuk memperlancar penyelesaian penulisan. Bantuan serta partisipasi saudara/saudari akan sangat berarti bagi saya dan semoga akan bermanfaat untuk menambah wawasan kita semua, serta akan menjadi amal kebaikan. Atas kesediaanya penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat Saya, Penulis

IDENTIFIKASI RESPONDEN

Nama pengguna aplikasi Shopee :

Jenis kelamin :

Petunjuk: Berilah tanda centang pada kotak yang tersedia, dan masing-masing memiliki bobot dimana sebagai berikut,

Sangat setuju (SS) : Diberi bobot/skor 5

Setuju (S) : Diberi bobot/skor 4

Netral (N) : Diberi bobot/skor 3

Tidak setuju : (TS) Diberi bobot/skor 2

Sangat tidak setuju : Diberi bobot/skor 1

No	PERNYATAAN	STS	TS	NT	S	SS
1	Saya yakin Shopee merupakan e-commerce yang profesional					
2	Penampilan layanan Shopee sesuai dengan harapan saya					
3	Shopee memiliki kompetensi di usaha online shop					
4	Shopee memberikan kepercayaan saya atas kualitas produknya					
5	Shopee memiliki tanggung jawab terhadap produk yang dijual					
6	Keterangan dan informasi Shopee sesuai dengan peraturan					
7	Shopee memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan					
8	Shopee memberikan layanan dan produk yang benar dan jujur					
9	Shopee selalu menampilkan biaya sesungguhnya yang harus di bayar oleh para pembeli tanpa melebihkan					
10	Menampilkan kesesuaian produk yang sesuai dengan tampilan dan yang dikirim					
11	Saya yakin Shopee memberikan kesan yang positif bagi penggunanya					
12	Shopee maximal dalam hal pelayanan terhadap konsumen terhadap keluhan konsumen dengan cepat					

Variabel kualitas informasi

No	Pernyataan	SST	TS	NT	S	SS
1	Informasi Produk/barang yang ditawarkan Shopee up to date					
2	Informasi yang di berikan pada saat flash sale selalu tepat waktu					
3	Informasi dalam berbagai bentuk gambar di Shopee memberikan kemudahan dalam memilih produk					
4	Informasi yang diberikan dapat di akses kapan saja					
5	Informasi yang ditawarkan Shopee cukup akurat					
6	Informasi produk yang ditawarkan oleh penjual sesuai dengan yang tertera di kemasan produk					
7	Informasi yang diberikan oleh pihak Shopee cukup ringkas					
8	Pelayanan online Shopee praktis pembayaran karena adanya simulasi cara pembayar di Shopee					

Variabel Keputusan Pembelian

No	PERNYATAAN	STS	TS	NT	S	SS
1	Berbelanja di Shopee sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
2	Pilihan produk yang ada di Shopee bervariasi dan menarik minat saya dalam membeli					
3	Produk yang dijual Sopee lebih berkualitas					
4	Produk yang dijual Shopee lebih berkualitas					
5	Barang yang di jual Shopee merupakan produk yang original					
6	Saya membeli barang di Shopee hanya kepada penjual yang terkenal dan memiliki rating tinggi					
7	Saya memilih penjual yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal saya agar pengiriman cepat					
8	Saya lebih memilih membeli barang di Shopee pada hari tertentu saja					

9	Saya pernah membeli produk di Shopee dalam jumlah banyak					
10	Saya memilih Shopee karena cara pengemasannya yang aman ketika barang sampai					



```

>Warning # 849 in column 23. Text: in_ID
>The LOCALE subcommand of the SET command has an invalid
parameter. It could
>not be mapped to a valid backend
locale.CORRELATIONS
/VARIABLES=X1.1 X2.1 X3.1 X4.1 X5.1 X6.1 X7.1 X8.1 X9.1 X10.1
X11.1 X12.
1 Total_X1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

Correlations

	X1.1	X2.1	X3.1	X4.1	X5.1	X6.1
X1.1 Pearson Correlation	1	,705**	,733**	,640**	,559**	,662**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
N	91	91	91	91	91	91
X2.1 Pearson Correlation	,705**	1	,688**	,685**	,546**	,618**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
N	91	91	91	91	91	91
X3.1 Pearson Correlation	,733**	,688**	1	,615**	,443**	,608**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
N	91	91	91	91	91	91
X4.1 Pearson Correlation	,640**	,685**	,615**	1	,701**	,626**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
N	91	91	91	91	91	91
X5.1 Pearson Correlation	,559**	,546**	,443**	,701**	1	,725**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
N	91	91	91	91	91	91
X6.1 Pearson Correlation	,662**	,618**	,608**	,626**	,725**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	91	91	91	91	91	91
X7.1 Pearson Correlation	,680**	,573**	,683**	,713**	,648**	,709**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	91	91	91	91	91	91
X8.1 Pearson Correlation	,561**	,511**	,519**	,795**	,722**	,673**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	91	91	91	91	91	91

X9.1	Pearson Correlation	,528**	,478**	,483**	,595**	,645**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X10.1	Pearson Correlation	,411**	,466**	,420**	,647**	,676**	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91



Correlations

		X7.1	X8.1	X9.1	X10.1	X11.1	X12.1
X1.1	Pearson Correlation	,680**	,561**	,528**	,411**	,642**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X2.1	Pearson Correlation	,573**	,511**	,478**	,466**	,628**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X3.1	Pearson Correlation	,683**	,519**	,483**	,420**	,653**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X4.1	Pearson Correlation	,713**	,795**	,595**	,647**	,681**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X5.1	Pearson Correlation	,648**	,722**	,645**	,676**	,645**	,552**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X6.1	Pearson Correlation	,709**	,673**	,665**	,608**	,704**	,623**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X7.1	Pearson Correlation	1	,740**	,677**	,645**	,785**	,665**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X8.1	Pearson Correlation	,740**	1	,665**	,715**	,734**	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X9.1	Pearson Correlation	,677**	,665**	1	,624**	,618**	,525**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X10.1	Pearson Correlation	,645**	,715**	,624**	1	,731**	,670**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91

Correlations

		Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X2.1	Pearson Correlation	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X3.1	Pearson Correlation	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X4.1	Pearson Correlation	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X5.1	Pearson Correlation	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X6.1	Pearson Correlation	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X7.1	Pearson Correlation	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X8.1	Pearson Correlation	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X9.1	Pearson Correlation	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X10.1	Pearson Correlation	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91

Correlations

		X1.1	X2.1	X3.1	X4.1	X5.1	X6.1
X11.1	Pearson Correlation	,642**	,628**	,653**	,681**	,645**	,704**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X12.1	Pearson Correlation	,668**	,633**	,658**	,695**	,552**	,623**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
Total_X1	Pearson Correlation	,796**	,769**	,766**	,856**	,805**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91

Correlations

		X7.1	X8.1	X9.1	X10.1	X11.1	X12.1
X11.1	Pearson Correlation	,785**	,734**	,618**	,731**	1	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	91	91	91	91	91	91
X12.1	Pearson Correlation	,665**	,638**	,525**	,670**	,730**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91
Total_X1	Pearson Correlation	,870**	,844**	,771**	,779**	,871**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91

Correlations

		Total_X1
X11.1	Pearson Correlation	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
X12.1	Pearson Correlation	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91
Total_X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	91

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

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1.2 X2.2 X3.2 X4.2 X5.2 X6.2 X7.2 X8.2 Total_X2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

[DataSet0]

Correlations

		X1.2	X2.2	X3.2	X4.2	X5.2	X6.2
X1.2	Pearson Correlation	1	,664**	,706**	,638**	,723**	,740**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X2.2	Pearson Correlation	,664**	1	,687**	,724**	,708**	,628**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X3.2	Pearson Correlation	,706**	,687**	1	,663**	,822**	,678**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X4.2	Pearson Correlation	,638**	,724**	,663**	1	,765**	,624**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X5.2	Pearson Correlation	,723**	,708**	,822**	,765**	1	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	91	91	91	91	91	91
X6.2	Pearson Correlation	,740**	,628**	,678**	,624**	,717**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91
X7.2	Pearson Correlation	,784**	,662**	,803**	,675**	,815**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X8.2	Pearson Correlation	,715**	,641**	,809**	,690**	,801**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
Total_X2	Pearson Correlation	,858**	,824**	,889**	,834**	,916**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91

Correlations

		X7.2	X8.2	Total_X2
X1.2	Pearson Correlation	,784**	,715**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	91	91	91
X2.2	Pearson Correlation	,662**	,641**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	91	91	91
X3.2	Pearson Correlation	,803**	,809**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	91	91	91
X4.2	Pearson Correlation	,675**	,690**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	91	91	91
X5.2	Pearson Correlation	,815**	,801**	,916**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	91	91	91
X6.2	Pearson Correlation	,788**	,651**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	91	91	91
X7.2	Pearson Correlation	1	,771**	,905**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	91	91	91
X8.2	Pearson Correlation	,771**	1	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	91	91	91
Total_X2	Pearson Correlation	,905**	,877**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	91	91	91

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Total_Y

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

[DataSet0]

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation (2-tailed) N	1 91	,677** 91	,664** 91	,652** 91	,474** 91	,540** 91
Y2	Pearson Correlation (2-tailed) N	,677** 91	1 91	,613** 91	,445** 91	,706** 91	,382** 91
Y3	Pearson Correlation (2-tailed) N	,664** 91	,613** 91	1 91	,752** 91	,462** 91	,623** 91
Y4	Pearson Correlation (2-tailed) N	,652** 91	,445** 91	,752** 91	1 91	,371** 91	,681** 91
Y5	Pearson Correlation (2-tailed) N	,474** 91	,706** 91	,462** 91	,371** 91	1 91	,425** 91
Y6	Pearson Correlation (2-tailed) N	,540** 91	,382** 91	,623** 91	,681** 91	,425** 91	1 91
Y7	Pearson Correlation (2-tailed) N	,462** 91	,360** 91	,546** 91	,533** 91	,411** 91	,625** 91
Y8	Pearson Correlation (2-tailed) N	,508** 91	,413** 91	,461** 91	,386** 91	,291** 91	,455** 91
Y9	Pearson Correlation (2-tailed) N	,719** 91	,547** 91	,708** 91	,768** 91	,522** 91	,647** 91
Y10	Pearson Correlation (2-tailed) N	,740** 91	,604** 91	,710** 91	,718** 91	,508** 91	,664** 91
Total_Y	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,822** 91	,737** 91	,839** 91	,809** 91	,667** 91	,778** 91

Correlations

		Y7	Y8	Y9	Y10	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	,462**	,508**	,719**	,740**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y2	Pearson Correlation	,360**	,413**	,547**	,604**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y3	Pearson Correlation	,546**	,461**	,708**	,710**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y4	Pearson Correlation	,533**	,386**	,768**	,718**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y5	Pearson Correlation	,411**	,291**	,522**	,508**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y6	Pearson Correlation	,625**	,455**	,647**	,664**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y7	Pearson Correlation	1	,451**	,554**	,515**	,707**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y8	Pearson Correlation	,451**	1	,508**	,576**	,660**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y9	Pearson Correlation	,554**	,508**	1	,821**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	91	91	91	91	91
Y10	Pearson Correlation	,515**	,576**	,821**	1	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	91	91	91	91	91
Total_Y	Pearson Correlation	,707**	,660**	,872**	,880**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91

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

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X2.1 X3.1 X4.1 X5.1 X6.1 X7.1 X8.1 X9.1 X10.1
X11.1 X12.1

/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability



[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	91	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,953	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	41,59	79,422	,752	,950
X2.1	41,62	80,306	,721	,951
X3.1	41,33	80,112	,717	,951
X4.1	41,76	79,496	,826	,948
X5.1	41,69	79,349	,763	,950
X6.1	41,60	79,131	,807	,948
X7.1	41,44	78,538	,841	,947
X8.1	41,74	79,085	,811	,948
X9.1	41,49	79,142	,719	,951
X10.1	41,85	79,443	,731	,951
X11.1	41,64	80,011	,846	,948
X12.1	41,73	79,379	,784	,949

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.2 X2.2 X3.2 X4.2 X5.2 X6.2 X7.2 X8.2

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	91	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,953	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.2	26,99	33,655	,813	,947
X2.2	26,92	33,872	,768	,950
X3.2	26,78	33,040	,852	,945
X4.2	26,88	33,596	,780	,949
X5.2	27,00	32,556	,887	,942
X6.2	27,20	33,805	,786	,949
X7.2	27,01	33,633	,875	,944
X8.2	26,84	32,806	,834	,946

RELIABILITY

```
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	91	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,924	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	33,40	53,597	,779	,914
Y2	33,47	53,808	,670	,919
Y3	33,89	52,432	,795	,912
Y4	33,84	52,117	,754	,914
Y5	33,35	54,475	,581	,924
Y6	33,81	53,109	,719	,916
Y7	33,90	53,868	,629	,921
Y8	33,80	53,738	,563	,926
Y9	33,71	51,851	,836	,910
Y10	33,48	51,919	,847	,910

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Total_Y
/METHOD=ENTER Total_X1 Total_X2
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.
    
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,882 ^a	,778	,773	3,838

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4553,416	2	2276,708	154,527	,000 ^b
	Residual	1296,540	88	14,733		
	Total	5849,956	90			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,606	1,968		1,832	,070
	Total_X1	,240	,115	,289	2,088	,040
	Total_X2	,744	,169	,607	4,390	,000

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Total_X1	,132	7,591
	Total_X2	,132	7,591

a. Dependent Variable: Total_Y

Collinearity Diagnostics^a

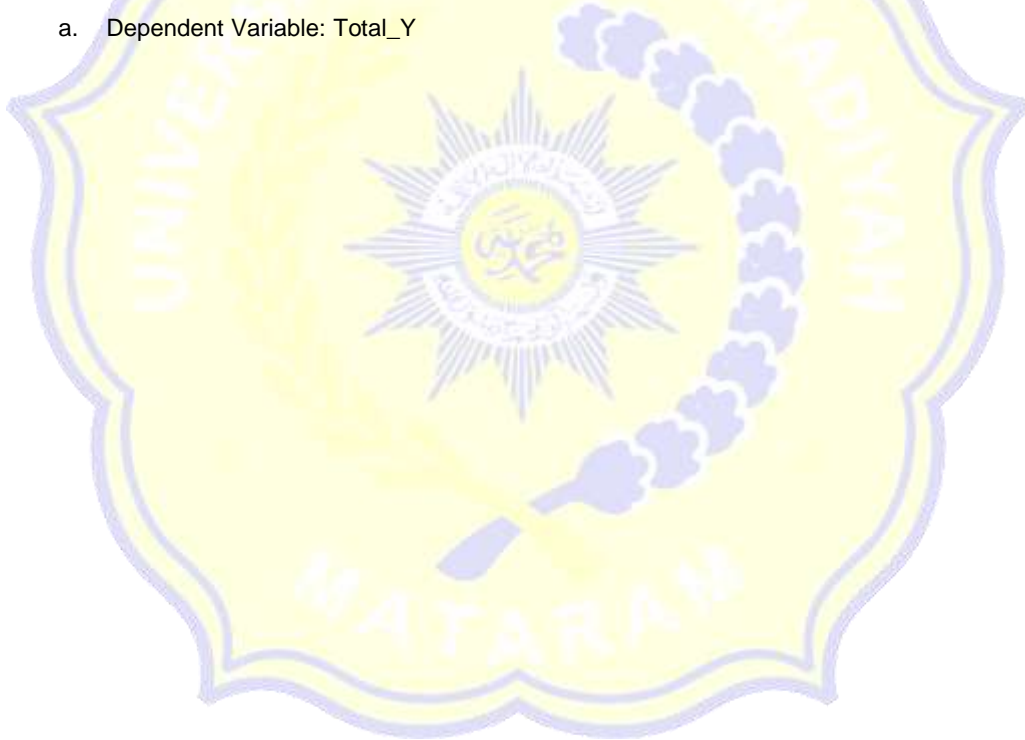
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Total_X1	Total_X2
1	1	2,969	1,000	,00	,00	,00
	2	,028	10,278	1,00	,03	,03
	3	,003	31,748	,00	,97	,97

a. Dependent Variable: Total_Y

Residuals Statistics^a

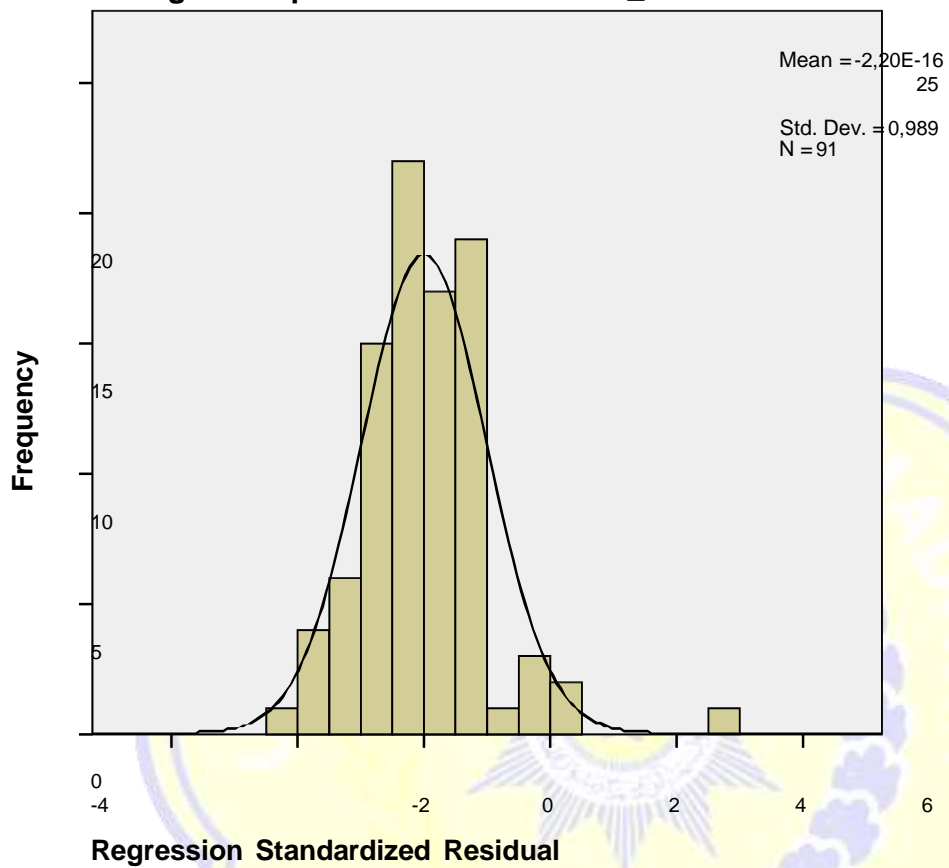
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12,43	47,75	37,41	7,113	91
Std. Predicted Value	-3,511	1,454	,000	1,000	91
Standard Error of Predicted Value	,404	1,478	,654	,243	91
Adjusted Predicted Value	12,68	48,04	37,40	7,096	91
Residual	-7,748	18,554	,000	3,796	91
Std. Residual	-2,019	4,834	,000	,989	91
Stud. Residual	-2,056	5,016	,001	1,010	91
Deleted Residual	-8,038	19,977	,006	3,961	91
Stud. Deleted Residual	-2,095	5,902	,011	1,067	91
Mahal. Distance	,009	12,356	1,978	2,599	91
Cook's Distance	,000	,643	,015	,068	91
Centered Leverage Value	,000	,137	,022	,029	91

a. Dependent Variable: Total_Y

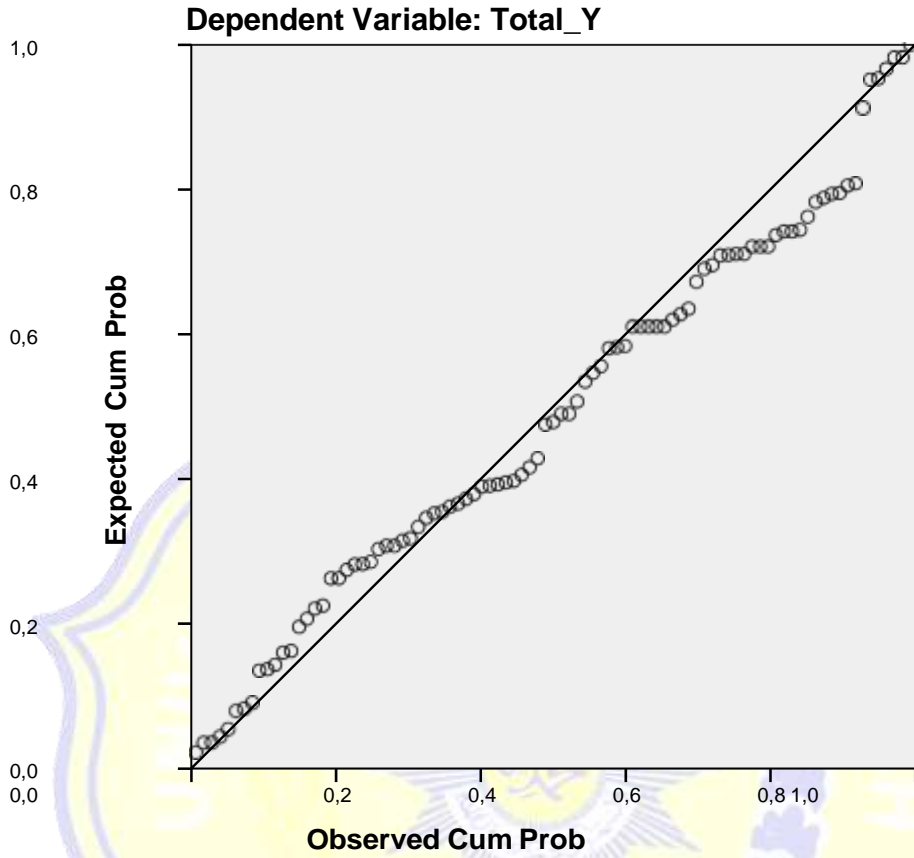


Charts

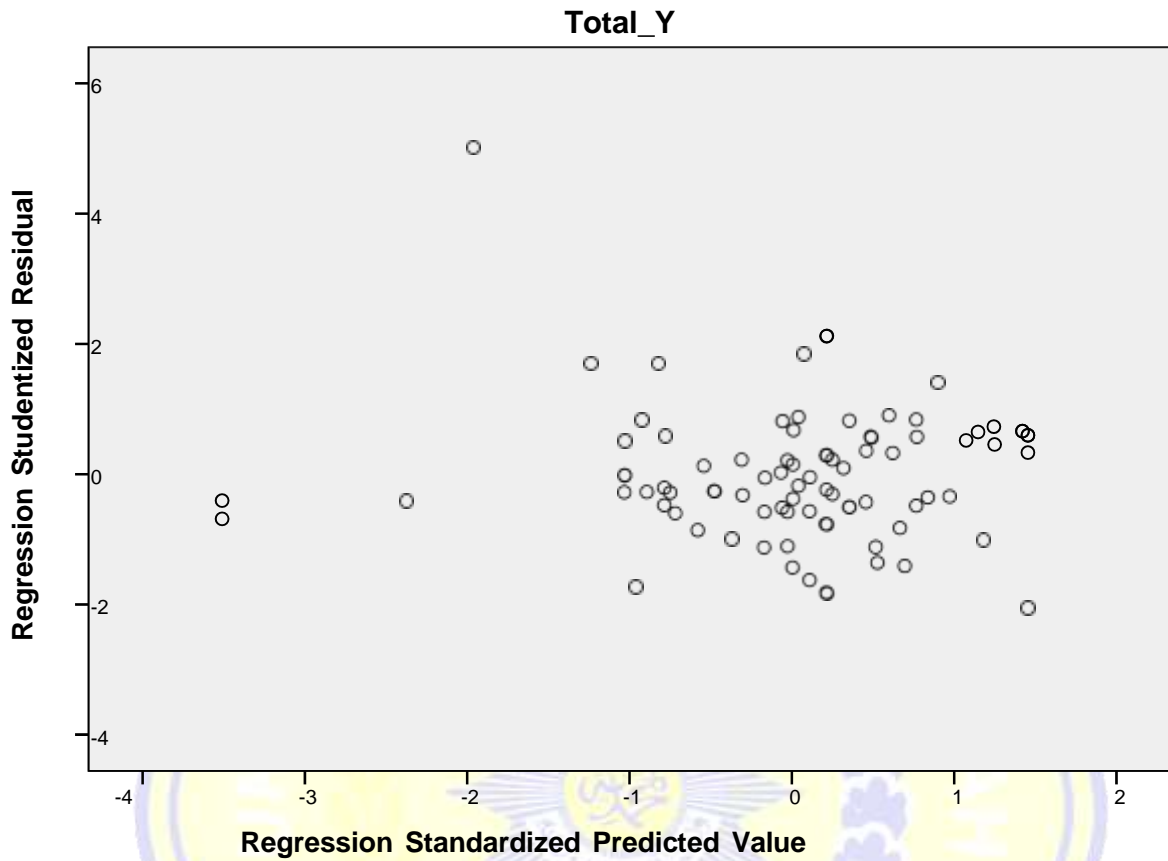
Histogram Dependent Variable: Total_Y



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot Dependent Variable:



NPART TESTS
 /K-S (NORMAL) =RES_1
 /MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

[DataSet0]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,79552360
Most Extreme Differences	Absolute	,112
	Positive	,112
	Negative	-,074
Kolmogorov-Smirnov Z		1,070

Asymp. Sig. (2-tailed)	,203
------------------------	------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

```

COMPUTE
ABSRES=ABS (RES_1) .
EXECUTE .
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT ABSRES
/METHOD=ENTER Total_X1 Total_X2
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.

```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: ABSRES
- b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,132 ^a	,017	-,005	2,60192

- a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1
- b. Dependent Variable: ABSRES

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,557	2	5,278	,780	,462 ^b
	Residual	595,759	88	6,770		
	Total	606,315	90			

- a. Dependent Variable: ABSRES
- b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,383	1,334		2,535	,013
Total_X1	,081	,078	,304	1,044	,299
Total_X2	-,140	,115	-,356	-1,222	,225

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Total_X1	,132	7,591
Total_X2	,132	7,591

a. Dependent Variable: ABSRES

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Total_X1	Total_X2
1	1	2,969	1,000	,00	,00	,00
	2	,028	10,278	1,00	,03	,03
	3	,003	31,748	,00	,97	,97

a. Dependent Variable: ABSRES

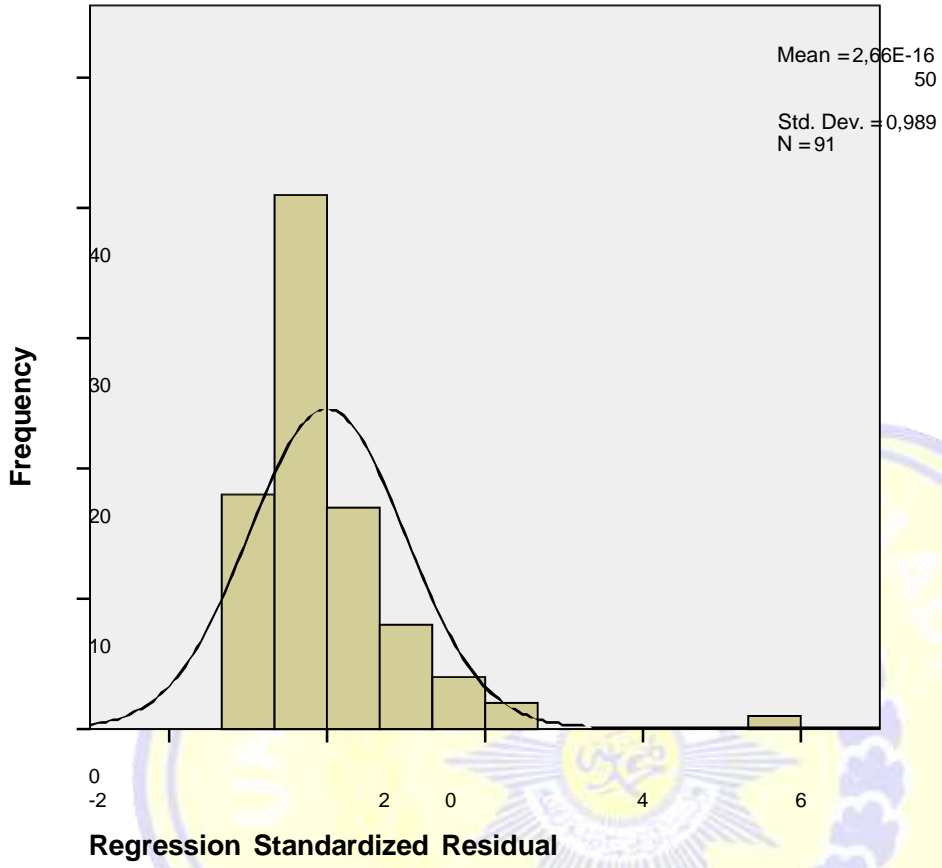
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,9755	3,5289	2,7541	,34249	91
Std. Predicted Value	-2,273	2,262	,000	1,000	91
Standard Error of Predicted Value	,274	1,002	,443	,165	91
Adjusted Predicted Value	1,9554	3,6999	2,7516	,36917	91
Residual	-3,22750	15,11684	,00000	2,57285	91
Std. Residual	-1,240	5,810	,000	,989	91
Stud. Residual	-1,269	6,029	,000	1,012	91
Deleted Residual	-3,37898	16,27623	,00251	2,69371	91
Stud. Deleted Residual	-1,274	7,824	,023	1,143	91
Mahal. Distance	,009	12,356	1,978	2,599	91
Cook's Distance	,000	,929	,016	,097	91
Centered Leverage Value	,000	,137	,022	,029	91

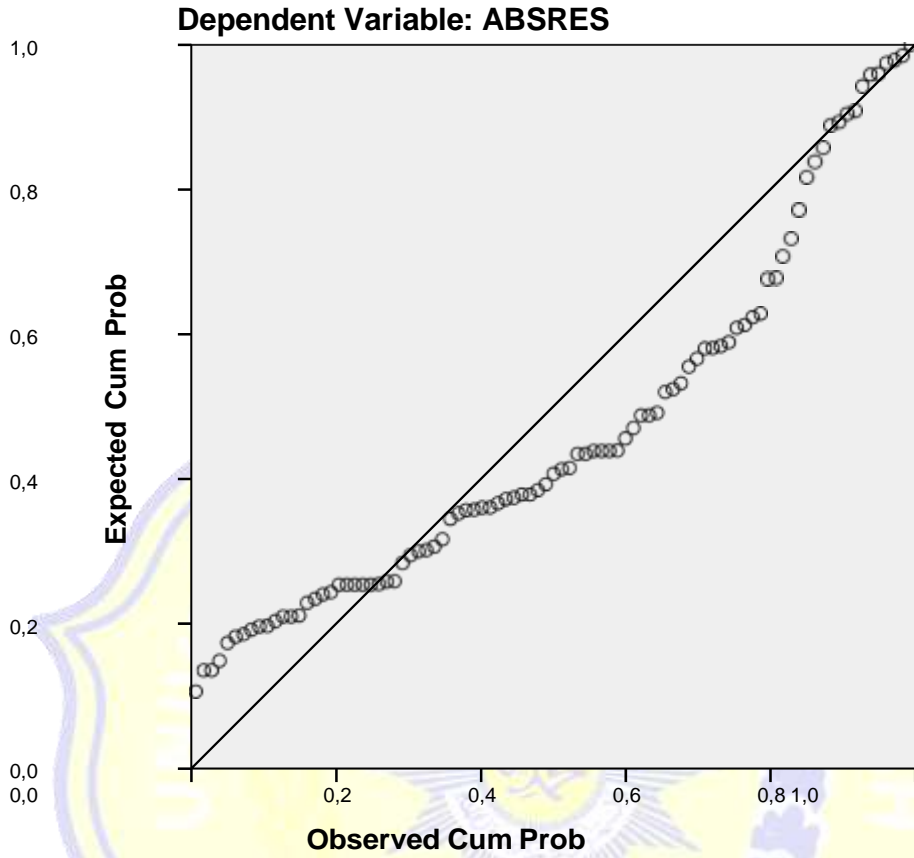
a. Dependent Variable: ABSRES

Histogram Dependent Variable:

ABSRES

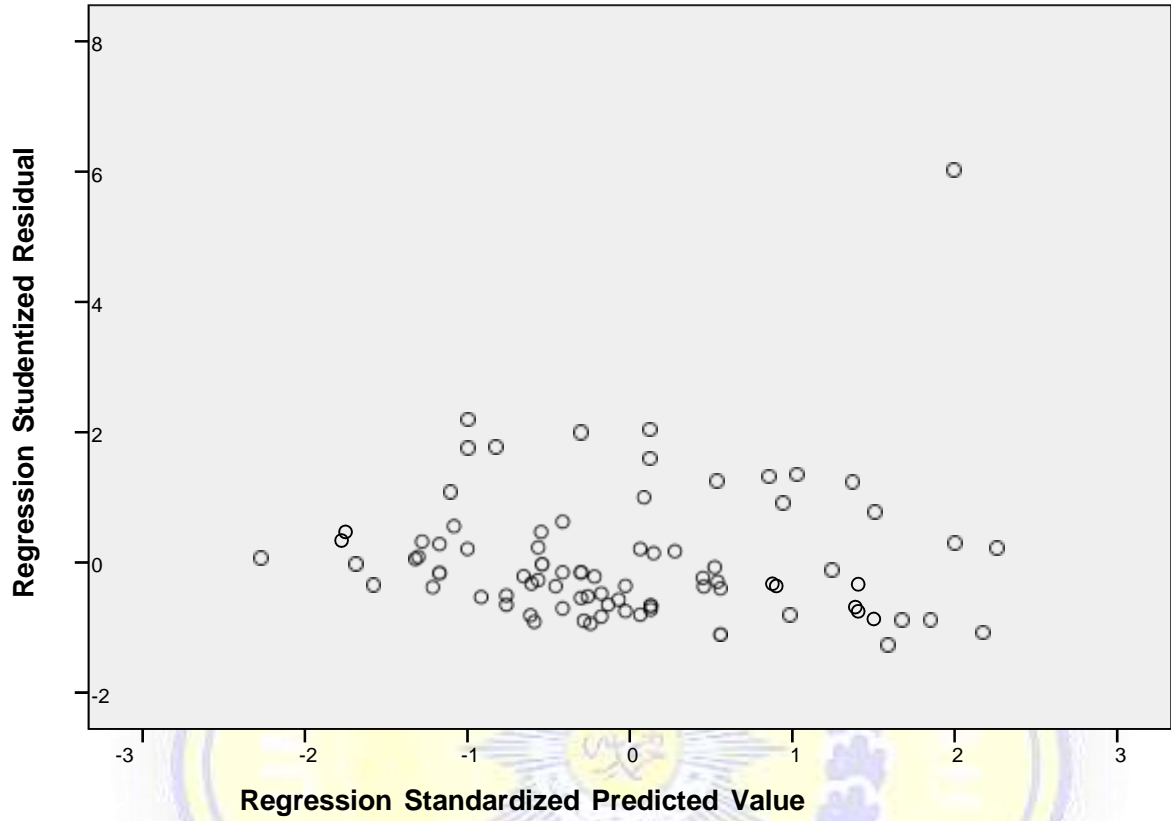


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot Dependent Variable:

ABSRES





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram
Website: fivpol.ummat.ac.id

BERITA - ACARA

Pada hari ini **Juma't** Tanggal **23** Bulan **Juni** Tahun **2023** pukul **10.00** Wita telah diselenggarakan **Sidang Skripsi** bertempat di Ruang Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / ~~TIDAK LULUS~~** dengan predikat **CUKUP / MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN / CUM LAUDE**, Mahasiswa :

Nama : **Nuraini**
NIM : **2019B1C064**
Jurusan : **Administrasi**
Program Studi : **Administrasi Bisnis**
Konsentrasi : **ENTREPRENEUR**
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**
Judul Skripsi : **"Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee"**.




Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yang Diberikan
1	Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. NIDN. 0831128310	PU	3,70
2	Alfian Eikman, S.Sos., MA. NIDN. 0803048303	PP	3,62
3	Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM NIDN. 0828108404	PN	3,68
TOTAL			

$$\frac{\text{Jumlah IP}}{\text{Jumlah Penguji}} = \frac{11,006}{3} = 3,68$$

Mataram, 22 Juni 2023

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. NIDN. 0831128310	 Alfian Eikman, S.Sos., MA. NIDN. 0803048303	 Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM NIDN. 0828108404



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.i

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : Nuraini
NIM : 2019B1C064
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee".

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,8	7,6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,8	11,4	
6	Analisa Data	4	3,7	14,8	
7	Kesimpulan	2	3,7	7,4	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		94,2	

TOTAL BN
IP $\frac{94,2}{25} = 3,76$

Mataram, 22 Juni 2023
Penguji Utama,


Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0831128310



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp: 639180 - 633723 Mataram
Website: fesspol.ummat.ac.id

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : Nuraini
NIM : 2019BIC064
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee".

KOMPONEN - KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,6	7,2	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,6	7,2	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,6	10,8	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,6	7,2	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		90,4	

$$\frac{\text{TOTAL BN}}{\text{TOTAL B}} = \frac{90,4}{25} = 3,62$$

Mataram, 22 Juni 2023
Penguji Pendamping.

Alfian Fikman, S.Sos., MA.
NIDN. 0803048303



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.i

BERITA - ACARA

ampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram.


Nama : **Nuraini**
NIM : 2019B1C064
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee"*.

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,7	7,4	
4	Metodologi	3	3,6	10,8	
5	Penyajian Data	3	3,6	10,8	
6	Analisa Data	4	3,7	14,8	
7	Kesimpulan	2	3,7	7,4	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,6	10,8	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		92	

TOTAL BN
IP ----- 92 x 3,68
TOTAL B 25

Mataram, 22 Juni 2023
Penguji Netral,

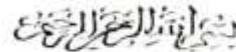

Lulu Hendra Maniza, S.Sos., M.M
NIDN 0828108404



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram

Website: pspsol.umma.ac.id



Nomor : 395/IL3.AU/F/VI/2023
Lamp : 1 (satu) Exmp
Hal : **Mohon Sebagai Penguji Skripsi**

Mataram, 03 Rabiulhijah 1444 H

21 Juni 2023 M

Kepada

Yth

1. Bapak/Ibu : Amin Saleh, S Sos., M.I Kom. (PI)
2. Bapak/Ibu : Alfian Eikman, S Sos., MA. (PP)
3. Bapak/Ibu : Lalu Hendra Maniza, S Sos., MM (PN)

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami sampaikan 1 (satu) exp Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, mohon dapat diuji pada :

Hari / Tanggal : Juma't, 23 Juni 2023
Pukul : 10.00 Wita – selesai
Tempat : Ruang Sidang Skripsi FISIP UMMat (1)

Adapun Mahasiswa tersebut :

Nama : **Nuraini**
NIM : 2019B31C064
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : **"Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee"**

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih

Wabillahitaufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum Wr. Wb


Dr. H. Muhammad Ali, M. Si
NIDN 080606801

Lembutan, disampaikan kepada Yth

1. Rektor UMMat,
2. Arsup



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1. NAMA : Nuraini
2. NIM : 2019B1C064
3. PROGRAM STUDI : Ilmu Administrasi Bisnis
4. JUDUL PROPOSAL SKRIPSI : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee
5. PEMBIMBING AKADEMIK : 1. Amin Saleh, S.Sos., M.I. Kom
2. Alfian Eikman, S.Sos., MA

CATATAN BIMBINGAN SKRIPSI

NO	TANGGAL MASUK	TANGGAL KELUAR	MATERI	CATATAN PEMBIMBING	PARAF
	17/23 /6	14/23 /6	BAB IV	Estimasi penghasilan. data Analisa, pakar	
	15/23 /6	16/23 /6	BAB IV, V	Analisis menjawab masalah	
	19/23 /6	19/23 /6	BAB V. Abstrak		
	20/23 /0		Revisi	A	

PERNYATAAN SELESAI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Bimbingan Proposal Skripsi di Atas Dinyatakan
TELAH SELESAI Pada Tanggal 20...2023

Kaprodi,

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN: 0828108404

Pembimbing I,

Amin Saleh, S.Sos., M.I. Kom
NIDN: 0831128310



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1. NAMA : Nuraini
2. NIM : 2019B1C064
3. PROGRAM STUDI : Ilmu Administrasi Bisnis
4. JUDUL PROPOSAL SKRIPSI : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee
5. PEMBIMBING AKADEMIK : 1. Amin Saleh, S.Sos., M.I. Kom
2. Alfian Eikman, S.Sos., MA

CATATAN BIMBINGAN SKRIPSI

NO	TANGGAL MASUK	TANGGAL KELUAR	MATERI	CATATAN PEMBIMBING	PARAF
	7/6 2023	9/6 2023	Pendahuluan	plagiasi	
	9/6 2023	12/6 2023	Kesimpulan	Sesuai dengan rumus masalah	
		13/6 2023	Ace		

PERNYATAAN SELESAI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Bimbingan Proposal Skripsi di Atas Dinyatakan
TELAH SELESAI Pada Tanggal.../.../.....2023

Kaprodi,

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN: 0828108404

Pembimbing II,

Alfian Eikman, S.Sos., MA
NIDN: 0803048303