

**PENGARUH *PERCEIVED RISK* DAN *ARGUMENT QUALITY* TERHADAP
TRUST INCLINATION USER TOKOPEDIA DI KOTA SAMARINDA**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

M. Rizal Ramadhan

1811102431134

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

OKTOBER 2022

**Pengaruh *Perceived Risk* Dan *Argument Quality* Terhadap
Trust Inclination User Tokopedia Di Kota Samarinda**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

M. Rizal Ramadhan

1811102431134

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
OKTOBER 2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

NASKAH PUBLIKASI

**PENGARUH *PERCEIVED RISK* DAN *ARGUMENT QUALITY* TERHADAP
TRUST INCLINATION USER TOKOPEDIA DI KOTA SAMARINDA**

Oleh :

M. Rizal Ramadhan

1811102431134

Samarinda, *24 October 2022*
.....

Telah disetujui oleh :

Pembimbing,



Marsha Anindita, S.E., M.S.M.

NIDN : 1114099102

LEMBAR PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

**PENGARUH *PERCEIVED RISK* DAN *ARGUMENT QUALITY* TERHADAP
TRUST INCLINATION USER TOKOPEDIA DI KOTA SAMARINDA**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : M. Rizal Ramadhan

Nim : 1811102431134

Program Studi : S1 Manajemen

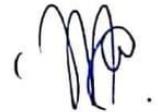
Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 12 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji :

Penguji I : Dewi Sartika, S.ST., M.M
NIDN. 1124129401

()

Penguji II : Marsha Anindita, S.E., M.S.M.
NIDN. 1114099102

()

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik



Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph. D.
NIDN. 0605056501

Ketua

Program Studi Manajemen



Iwan Susila, S.E., M.Si., Ph. D.
NIDN. 0620107201

Pengaruh *Perceived Risk* Dan *Argument Quality* Terhadap *Trust Inclination User* Tokopedia Di Kota Samarinda

M. Rizal Ramadhan^{1*}, Marsha Anindita².

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

*Kontak Email: 1811102431134@umkt.ac.id

Diterima:xx/xx/xx Revisi:xx/xx/xx

Diterbitkan: xx/xx/xx

Abstrak

Tujuan studi: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Perceived Risk* Dan *Argument Quality* Terhadap *Trust Inclination User* Tokopedia Di Kota Samarinda.

Metodologi: Metode dalam penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 161 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form*. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan software IBM statistik SPSS 25.

Hasil: Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Trust Inclination user* Tokopedia di Kota Samarinda, sedangkan *Argument Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust Inclination user* Tokopedia di Kota Samarinda.

Manfaat: Penelitian ini dapat memberikan informasi dan kontribusi khususnya untuk jurusan Manajemen Pemasaran dan juga dapat menjadi bahan pembelajaran dan penerapan ilmu pengetahuan dibidang Manajemen Pemasaran khususnya.

Abstract

Purpose of study: This study aims to determine the effect of perceived risk and argument quality on the trust inclination of Tokopedia users in the city of Samarinda.

Methodology: The method in this study is categorized as a research with a quantitative descriptive approach. The sampel used in this study amounted to 161 respondents. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique. Data collection techniques were carried out using a questionnaire in the form of a google form. The data analysis method in this study used IBM statistical software SPSS 25.

Results: This study shows that perceived risk does not have a significant positive effect on the trust inclination of Tokopedia users in the city of Samarinda, while argument quality has a positive and significant effect on the trust inclination of Tokopedia users in the city of Samarinda.

Applications: This research can provide information and contribution, especially for marketing management majors and can also be a learning material and application of knowledge in the field of marketing management in particular.

Kata kunci: *Perceived Risk, Argument Quality, Trust Inclination*

1. PENDAHULUAN

Saat ini kita dalam sebuah era yang sangat kuat sekali dengan teknologi komunikasi dan informasi. Dapat dilihat dengan kemajuan teknologi memberikan sebuah informasi dan juga komunikasi yang sangat luas sekali yang dimiliki manusia saat ini. Informasi yang diterima dapat dipergunakan sebaik mungkin agar tidak terjadi kesalahan penggunaan dari informasi yang telah didapat. Informasi itu sendiri menjadi salah satu kunci dalam sebuah konsep pembangunan yang telah direncanakan sebelumnya Hammer dalam (Ahmad, 2012). Perkembangan suatu informasi biasanya sangat dimengerti sebagai suatu hasil yang dihasilkan dari perkembangan teknologi. Ada dua jenis inovasi korespondensi manusia yang paling signifikan, khususnya inovasi untuk mengirim data dan kerangka kerja inovasi PC saat ini untuk menanganinya. Dengan perpaduan kapasitas inovatif yang tinggi dan organisasi diseluruh dunia, pengembangan data dapat meningkat dengan cepat.

Teknologi yang merupakan salah satu aspek penting di era modern seperti saat ini, merupakan salah satu prosedur atau sebuah mekanisme yang mendorong suatu perubahan. Peningkatan inovasi adalah perubahan signifikan dalam keberadaan area lokal di seluruh dunia dan bekerja dengan setiap usaha manusia, salah satunya adalah dalam sudut pandang keuangan.

Pengaruh perbaikan mekanis dari perspektif moneter harus terlihat dari perubahan premium siang dari bolong dalam semua hal pertukaran yang membuatnya lebih mudah bagi mereka dengan adanya pusat komersial berbasis web atau bisnis online yang menawarkan kantor dan kenyamanan dalam proses pertukaran perdagangan.

Risiko yang dirasakan sudah sejak lama dianggap sebagai faktor kunci untuk mempengaruhi pengambilan keputusan dan perilaku konsumen. Hal ini dapat diartikan sebagai subjektif keyakinan bahwa kerugian dapat terjadi ketika mencari hasil yang akan diinginkan dari produk atau layanan. Selanjutnya risiko yang dirasakan dapat dilihat dari berbagai jenis kerugian yang akan mungkin terjadi dari ketidakpastian yang terkait dengan konsumsi (Yu et al., 2021).

Menjelang awal kebangkitan bisnis online, banyak orang cenderung tidak memahami namun lengkapnya bursa belanja biasa, selain munculnya keraguan pada pedagang dan pembeli karena banyaknya unsur misrepresentasi yang terjadi menjelang dimulainya perbaikan bisnis online.

Kualitas argumen mencerminkan suatu keandalan informasi, nilai, dan persuasif. Aspek-aspek ini mengukur “kekuatan persuasif argumen yang tertanam dalam pesan informasional”. Kualitas argumen mirip dengan kualitas informasi yang telah ditemukan dan menjadi penentu yang signifikan dari awal kepercayaan menurut (Zhou et al., 2016). Konsumen dapat berhati-hati untuk mempertimbangkan informasi produk yang telah disajikan oleh pedagang online, dan mengevaluasi lainnya ulasan konsumen untuk menemukan argumen yang sangat mendukung.

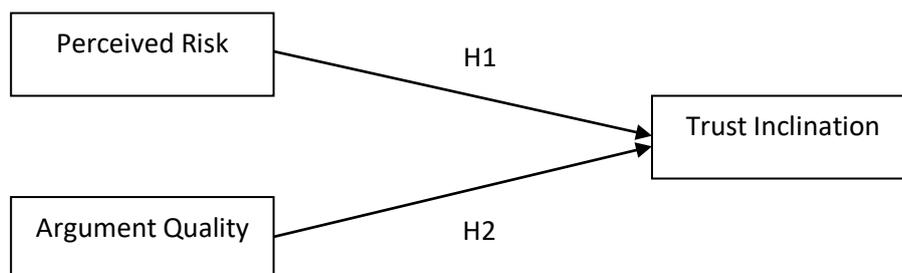
(Gamayanto, 2018) Saat ini Indonesia sudah memiliki banyak layanan jual beli secara online atau sering disebut dengan *e-commerce*, salah satunya adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan salah satu tahapan bisnis berbasis online terbesar di Indonesia dan memiliki keunikan tersendiri dalam menjalankan pekerjaan. Unsur-unsur yang terdapat di Tokopedia sangat membantu pembeli dalam berbelanja dengan mudah dan aman, dimana peningkatan tingkat keamanan penukaran selalu di segerakan dan di ciptakan untuk memberikan yang terbaik kepada pembeli Tokopedia.

Hal utama yang dipikirkan pembeli saat melakukan latihan belanja online adalah apakah mereka mempercayai situs yang memberikan informasi mengenai toko online tersebut, beberapa hasil pengujian menunjukkan bahwa kecenderungan kepercayaan adalah angka yang signifikan membangun tanggung jawab di antara pembeli dan penjual. Kepercayaan sangat penting dalam membangun atau membina hubungan jangka yang panjang dalam (Rachmawati et al., 2019)

1.1. Penelitian Terdahulu

Berikut penelitian terdahulu yang bersangkutan dengan variabel *Perceived Risk & Argument Quality* terhadap *Trust Inclination user* Tokopedia di Kota Samarinda : Penelitian terdahulu dari penulis bernama (Khwaja et al., 2020) dalam jurnalnya yang berjudul “*Examining the Effects of eWOM, Trust Inclination, and Information Adoption on Purchase Intentions in an Accelerated Digital Marketing Context*” mengemukakan bahwa ada pengaruh positif dari variabel yang dibahas dalam penelitian ini.

1.2. Hipotesis



Gambar 1 Kerangka berfikir

H1 : Terdapat pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Trust Inclination*

H2 : *Argument Quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada *Trust Inclination*

2. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Kota Samarinda. Populasi dalam penelitian ini adalah *user* Tokopedia yang berada di Kota Samarinda. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dimana setiap unsur pada populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner.

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan *google form*. Sebelum membuat kuesioner, sangatlah penting terlebih dahulu bagi penulis mengetahui bagaimana definisi operasional dari variabel-variabel didalam penelitian ini. Dimana dalam tabel tersebut berisikan indikator-indikator para ahli yang nantinya akan digunakan untuk membuat sebuah pernyataan yang akan diajukan kepada responden.

Berikut dibawah ini adalah tabel definisi operasional *Perceived Risk*, *Argument Quality* dan *Trust Inclination*:

Tabel 1 definisi operasional variabel

Variabel	Kode	Indikator
<i>Perceived Risk</i> (Khwaja <i>et al.</i> 2020)	PR1	Membaca ulasan membantu saya mengurangi ketidakpastian belanja di Tokopedia
	PR2	Membaca ulasan mengurangi kekhawatiran saya tentang pengalaman tidak menyenangkan yang mungkin terjadi ketika saya berbelanja di Tokopedia
	PR3	Membaca ulasan meningkatkan kepercayaan diri saya dalam pilihan belanja di Tokopedia
<i>Argument Quality</i> (Khwaja <i>et al.</i> 2020)	AQ1	Pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia relevan
	AQ2	Pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia sesuai
	AQ3	Pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia dapat diterapkan
	AQ4	Pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia up-to-date
	AQ5	Pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia dapat diandalkan
	AQ6	Pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia cukup melengkapi kebutuhan saya
	AQ7	Pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia mencakup semua nilai yang diperlukan
<i>Trust Inclination</i> (Khwaja <i>et al.</i> 2020)	TI1	Situs belanja Tokopedia dapat saya andalkan
	TI2	Belanja di Tokopedia dapat dipercaya
	TI3	Siapapun yang bertransaksi di Tokopedia saya tidak akan mencari masalah

Hasil data peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1 maka dapat dibuat sebuah pernyataan yang digunakan pada kuesioner yang dibuat dalam bentuk *google form* dan setelah itu akan dilakukan penyebaran kepada *user* Tokopedia yang berada di Kota Samarinda. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan software SPSS versi 25.

3. HASIL DAN DISKUSI

3.1. Karakteristik responden

Dari 288 yang merespon, penulis berhasil mengumpulkan data kuesioner sejumlah 161 responden. Penjelasan lebih detail mengenai karakteristik responden pada penelitian ini terlampir pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 karakteristik responden

Responden	Keterangan	N	%
288	Domisili Kota Samarinda	242	84%
	Domisili Kota Lain	46	16%
242	Pengguna Aplikasi Tokopedia	179	74%

	Pengguna Aplikasi Lain	63	26%
179	Bertransaksi di Tokopedia Lebih dari 2 kali	161	89,9%
	Bertransaksi di Tokopedia Kurang dari 2 kali	18	10,1%
161	Responden memenuhi persyaratan penelitian	161	100%

Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 288 partisipan yang menjawab, hanya terdapat 55,9% atau 161 partisipan yang memenuhi persyaratan untuk mengikuti penelitian ini atau dapat dikatakan sebagian besar partisipan berdomisili di Kota Samarinda, menggunakan aplikasi Tokopedia, dan pernah bertransaksi di Tokopedia lebih dari 2 kali. Kemudian 44,09% atau 127 lainnya tidak memenuhi syarat sehingga tidak dapat berkontribusi dalam penelitian ini.

3.2. Validitas & Reliabilitas

Tabel 3 hasil uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Indikator	KMO	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Perceived Risk</i>	PR1	0,713	0,850	Valid & Reliabel
	PR2			
	PR3			
<i>Argument Quality</i>	AQ1	0,926	0,936	Valid & Reliabel
	AQ2			
	AQ3			
	AQ4			
	AQ5			
	AQ6			
	AQ7			
<i>Trust Inclination</i>	TI1	0,686	0,750	Valid & Reliabel
	TI2			
	TI3			

Data diolah peneliti 2022

- Nilai KMO *Measure of Sampling Adequacy* dan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Perceived Risk* sebesar $0,713 > 0,5$ dan $0,850 \geq 0,6$
- Nilai KMO *Measure of Sampling Adequacy* dan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Argument Quality* sebesar $0,926 > 0,5$ dan $0,936 \geq 0,6$
- Nilai KMO *Measure of Sampling Adequacy* dan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Trust Inclination* sebesar $0,686 > 0,5$ dan $0,750 \geq 0,6$

Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuesioner yang digunakan pada penelitian ini valid dan reliabel

3.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam menguji hipotesis untuk menjelaskan tentang pengaruh variabel *Perceived Risk & Argument Quality* terhadap *Trust Inclination*, teknik dalam analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda sebagai berikut :

Dimana dalam analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Variabel yang dipengaruhi adalah variabel dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi adalah variabel independen :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

Yang dimana :

Y = Variabel tak bebas

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien

X₁, X₂ = Variabel bebas

e₁ = Nilai eror

Tabel 4 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients			
Variabel	Koefisien Regresi (B)	T Hitung	Sig.
(Constant)	1,382	1,614	0,108
<i>Perceived Risk (X1)</i>	-0,109	-1,891	0,061
<i>Argument Quality (X2)</i>	0,437	16,490	0,000

Hasil Data Peneliti 2022

Dapat dilihat dari tabel 4 maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut :

$$\text{Trust Inclination (Y)} = 1,382 - 0,109X_1 + 0,437X_2 + e_1$$

Maka :

Nilai konstanta 1,382 menunjukkan besarnya *Trust Inclination* adalah sebesar 1,382 jika variabel *Perceived Risk (X1)*, dan variabel *Argument Quality (X2)* adalah nol (0).

Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan hasil bahwa variabel *Perceived Risk (X1)*, mempunyai arah regresi negatif dengan *Trust Inclination* B = -0,109 yang berarti bahwa apabila *Perceived Risk* mengalami peningkatan 1% maka *Trust Inclination* menurun sebesar 10,9% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan hasil bahwa variabel *Argument Quality (X2)*, mempunyai arah regresi positif dengan *Trust Inclination* B = 0,437 yang berarti bahwa apabila *Argument Quality* mengalami peningkatan 1% maka *Trust Inclination* meningkat sebesar 43,7% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

3.4. Pengujian Hipotesis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Risk* diperoleh nilai T hitung sebesar -1,891 dengan nilai signifikansi sebesar 0,61 ($0,61 > 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,109 yang berarti *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Trust Inclination*.

Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan *Perceived Risk* secara negatif berpengaruh terhadap *Trust Inclination* maka H1 dalam penelitian ini ditolak.

Hal ini dikarenakan dari hasil kuesioner yang disebar dengan 3 item pernyataan, dapat diketahui sebagian besar user Tokopedia sangat setuju. Dimana persentase 50,3% responden sangat setuju pada pernyataan membaca ulasan membantu saya mengurangi ketidakpastian belanja di Tokopedia. Selanjutnya persentase 49,1% responden sangat setuju pada pernyataan membaca ulasan mengurangi kekhawatiran saya tentang pengalaman tidak menyenangkan yang mungkin terjadi ketika saya berbelanja di Tokopedia. Dan terakhir persentase 47,8% responden sangat setuju pada pernyataan membaca ulasan meningkatkan kepercayaan diri saya dalam pilihan belanja di Tokopedia.

Hasil tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju pada variabel *Perceived Risk*, yang artinya persepsi user Tokopedia terhadap *Perceived Risk* sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

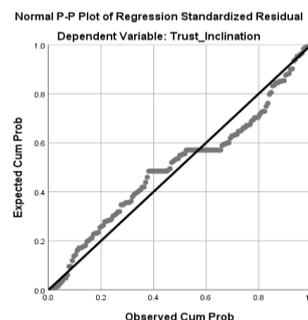
Sedangkan untuk hasil penelitian variabel *Argument Quality* diperoleh nilai T hitung sebesar 16,490 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,437 yang berarti *Argument Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust Inclination*.

Maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan *Argument Quality* secara positif berpengaruh terhadap *Trust Inclination* maka H2 dalam penelitian ini diterima.

Hal ini dikarenakan dari hasil kuesioner yang disebar dengan 7 item pernyataan, dapat diketahui bahwa sebagian besar user Tokopedia setuju. Dimana persentase 48,4% responden setuju pada pernyataan pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia relevan. Persentase 44,7% responden setuju pada pernyataan pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia sesuai. Persentase 46% responden setuju pada pernyataan pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia dapat diterapkan. Persentase 50,9% responden setuju pada pernyataan pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia selalu up-to-date. Persentase 44,1% responden setuju pada pernyataan pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia dapat diandalkan. Persentase 48,4% responden setuju pada pernyataan pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia cukup melengkapi kebutuhan saya. Persentase 45,3% responden setuju pada pernyataan pembahasan mengenai produk yang dijual di Tokopedia mencakup semua nilai yang diterapkan.

Hasil tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju pada variabel *Argument Quality*, yang artinya persepsi user Tokopedia terhadap *Argument Quality* sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

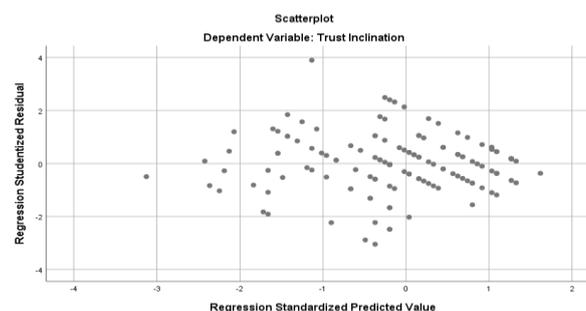
3.5. Uji Asumsi Klasik



Gambar 2 Kurva Normal P-P Plot

Sumber: hasil data diolah 2022

Pada gambar 2 uji asumsi normalitas kurva normal P-P Plot menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti garis diagonal sehingga penyebaran data dalam penelitian ini dikatakan normal.

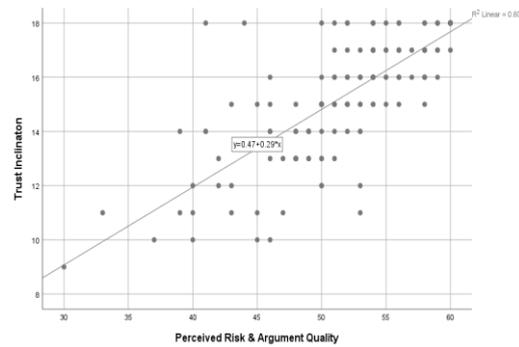


Gambar 3 Grafik Scatterplot

Sumber: hasil data diolah 2022

Berdasarkan gambar 3 grafik scatterplot Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Nilai tolerance kedua variabel bebas dalam penelitian ini, nilai variabel *Perceived Risk* dan *Argument Quality* sebesar $0,650 > 0,10$ sementara nilai VIF sebesar $1,537 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas.



Gambar 4 Hasil Uji Linieritas

Sumber: hasil data diolah 2022

Pada hasil uji linier *scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik mengikuti garis grafik atau mengarah dari kiri bawah ke atas kanan sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel *Perceived Risk* dan *Argument Quality* terhadap *Trust Inclination*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Trust Inclination user* Tokopedia di kota Samarinda. Dan dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 tidak dapat diterima atau ditolak. Sedangkan untuk variabel *Argument Quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Trust Inclination user* Tokopedia di kota Samarinda. Dan dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima.

SARAN DAN REKOMENDASI

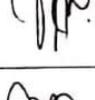
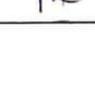
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk pengembangan serta pendalaman ilmu pengetahuan terutama dibidang manajemen pemasaran. Bagi pengelola Tokopedia, dengan pemberdayaan *platform* sebagai sarana pembelanjaan secara *online* saat ini, masih harus diperbaiki lagi dengan melihat berbagai macam ulasan yang diberikan oleh konsumen terhadap aplikasi tokopedia itu sendiri, baik dari segi fitur ataupun lainnya, dan juga pembahasan yang diberikan baik itu dari produk yang dijual hingga toko-toko yang ada di Tokopedia tersebut harus sesuai dan juga up-to-date sehingga *platform* sebagai sarana pembelanjaan secara *online* dapat diandalkan dan juga dipercaya.

REFERENSI

- Ahmad, A. (2012) 'PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI', *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13, pp. 137–149.
- Gamayanto, I. (2018) 'INOVASI & PENGEMBANGAN E-COMMERCE-CRM DALAM MENGHADAPI GLOBASASI: STUDI KASUS-TOKOPEDIA.COM Innovation & Development E-Commerce-CRM In the Facing of Globasasi: The Case Study Of Tokopedia.com', *Sistem informasi dan teknologi informasi*, 7(1), pp. 205–207.
- Khwaja, M. G., Mahmood, S. and Zaman, U. (2020) 'Examining the Effects of eWOM, Trust Inclination, and Information Adoption on Purchase Intentions in an Accelerated Digital Marketing Context'.
- Rachmawati, I. K. *et al.* (2019) 'Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online', *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, 3(September), pp. 1617–1625.
- Yu, J., Lee, K. and Hyun, S. S. (2021) 'Understanding the influence of the perceived risk of the coronavirus disease (COVID-19) on the post-traumatic stress disorder and revisit intention of hotel guests', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46(January), pp. 327–335. doi: 10.1016/j.jhtm.2021.01.010.
- Zhou, T., Lu, Y. and Wang, B. (2016) 'Examining online consumers' initial trust building from an elaboration likelihood model perspective', *Information Systems Frontiers*, 18(2), pp. 265–275. doi: 10.1007/s10796-014-9530-5.

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : M. Rizal Ramadhan
 NIM : 1811102431134
 Program Studi : SI Manajemen
 Bimbingan Mulai : 02 Februari 2022
 Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Risk Dan Argument
Quality Terhadap Trust Inclination Konsumen
Tokopedia Di Kota Samarinda

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
1.	2/2/22	Intruksi pencarian Jurnal dan topik yang ingin diteliti.	
2.	22/2/22	Pembagian Judul dan variabel	
3.	2/3/22	Konsultasi Bab 1 dan Intruksi bab 2	
4.	9/3/22	Konsultasi bab 2	
5.	19/3/22	Konsultasi bab 3	
6.	23/3/22	Revisian	
7.	27/3/22	Bimbingan	
8.	12/4/22	Revisian Proposal	

9.	15/4/22	Mendebat kuesioner dan mengumpulkan data	
10.	15/5/22	Menguji dan mengolah data	
11.	22/5/22	Intruksi dan konsultasi Bab 4 dan 5	
12.	10/6/22	Membahas dan perbaikan Bab 4 dan 5	
13.	1/7/22	Simulasi Sidang Skripsi	

Samarinda, 07 Februari 2022

Pembimbing,



(.....)

Pengaruh Perceived Risk Dan Argument Quality Terhadap Trust Inclination User Tokopedia Di Kota Samarinda

by Rizal Np 1910

Submission date: 19-Oct-2022 11:59AM (UTC+0800)

Submission ID: 1929353706

File name: TERBARU_JURNAL_M._RIZAL_RAMADHAN.docx (121.47K)

Word count: 2559

Character count: 16244

Pengaruh Perceived Risk Dan Argument Quality Terhadap Trust Inclination User Tokopedia Di Kota Samarinda

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1%
2	fdocuments.net Internet Source	1%
3	repository.ibs.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Xiamen University Student Paper	1%
5	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Great Oak High School Student Paper	1%
7	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
8	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%