

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian

1. Aksesibilitas

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Orientasi Dalam mencari informasi baru						
1	Menurut saya, informasi yang diberikan oleh Agen Kosmetika Nganjuk dapat dengan mudah dicari melalui fitur katalog pada whatsapp busines					
2	Menurut saya Agen Kosmetika Nganjuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk mendapatkan informasi karena tersedia di Media Sosial					
Motivasi dalam memanfaatkan akses informasi baru						
3	Dengan fasilitas pemesanan melalui whatsapp, menjadikan biaya dan waktu yang harus saya keluarkan menjadi efisien dan efektif					
4	Dengan transaksi online melalui whatsapp membuat saya termotivasi untuk melakukan transaksi pembelian					
Tujuan mencari informasi baru						
5	Dengan adanya fitur katalog pada whatsapp business, membantu saya mencari informasi mengenai produk skincare yang saya inginkan secara lebih detail					
6	Dengan adanya fitur katalog pada whatsapp business membantu saya memilih produk skincare sesuai dengan kebutuhan					
Bentuk pemanfaatan akses informasi baru						
7	Saya membeli produk skincare secara online melalui whatsapp agar lebih efektif					
8	Saya membeli produk skincare melalui whatsapp agar proses lebih cepat					
Harapan terhadap informasi baru						
9	Saya berharap fitur whatsapp business dapat membantu saya untuk mendapatkan informasi baru mengenai produk Skincare					

10	Saya berharap fitur katalog pada whatsapp business membantu saya untuk memilih sendiri produk yang sesuai dengan kebutuhan					
----	--	--	--	--	--	--

2. Kepercayaan

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Integritas						
1	Agen Kosmetika Nganjuk memberikan respon secara cepat					
2	Agen Kosmetika Nganjuk berlaku jujur dan sesuai etika jual beli					
Kebaikan						
3	Agen Kosmetika Nganjuk bersikap kooperatif pada konsumen pada saat melakukan transaksi					
4	Agen Kosmetika Nganjuk mampu memberi solusi atas permasalahan konsumen					
Kompetensi						
5	Agen Kosmetika Nganjuk dapat memegang komitmen yang telah terbentuk dengan konsumen					
6	Agen Kosmetika Nganjuk mampu bertanggung jawab jika terdapat kelalaian dalam melakukan transaksi					
Keamanan Merek						
7	Agen Kosmetika Nganjuk menjual produk yang sudah berlisensi halal dan BPOM					
8	Agen Kosmetika telah terdaftar sebagai agen resmi dari salah satu Produk skincare dan dapat dibuktikan kebenarannya					
Kejujuran Merek						
9	Agen Kosmetika Nganjuk mampu memberikan penjelasan terkait produk dengan jelas					
10	Agen Kosmetika Nganjuk memberikan deskripsi sebagai salah satu member resmi produk skincare dan alamat yang jelas pada fitur deskripsi profil whatsapp business					

3. Keputusan Pembelian

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Kemantapan pada sebuah produk						
1	Saya yakin terhadap keputusan saya membeli produk skincare pada Agen Kosmetika Nganjuk					
2	Saya membeli skincare Pada Agen Kosmetika Nganjuk karena kualitas produk yang baik dan terjamin keasliannya					
3	Saya membeli produk skincare pada Agen Kosmetika Nganjuk sesuai dengan keinginan karena kualitas barang yang bagus					
Kebiasaan dalam membeli produk						
4	Saya lebih memilih membeli produk secara online daripada datang ke toko					
5	Saya melihat informasi produk pada fitur-fitur yang tersedia pada whatsapp business sebelum melakukan pembelian					
6	Saya membeli produk skincare karena adanya kebutuhan					
Memberikan rekomendasi kepada orang lain						
7	Saya merekomendasikan Agen Kosmetika Nganjuk sebagai tempat membeli produk skincare yang tepat					
8	Saya merekomendasikan Agen Kosmetika Nganjuk sebagai tempat membeli skincare yang terpercaya					
Melakukan pembelian ulang						
9	Saya merasa puas membeli produk skincare pada Agen Kosmetika Nganjuk karena produk dan pelayanannya yang bagus					
10	Saya akan melakukan pembelian ulang pada Agen Kosmetika Nganjuk					

4. Jaminan Rasa Aman

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Kompetisi						
1	Agen Kosmetika Nganjuk berpengalaman dalam memberikan pelayanan produk skincare					
2	Agen Kosmetika Nganjuk menguasai pengetahuan terkait produk skincare yang dijual					
Kesopanan						
3	Agen Kosmetika Nganjuk memberikan respon yang baik dan sabar ketika melayani konsumen					
4	Agen Kosmetika Nganjuk memberikan pelayanan yang sopan dan ramah kepada konsumen					
Kredibilitas						
5	Agen Kosmetika Nganjuk menjual produk asli dan dapat dibuktikan keasliannya					
6	Agen Kosmetika Nganjuk melakukan transaksi secara jujur dan transparan					
keamanan						
7	Agen Kosmetika Nganjuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen					
8	Kredibilitas Agen Kosmetika Nganjuk dapat dibuktikan dengan banyaknya rekomendasi dari orang lain terkait produk yang dijual					

R37	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R38	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
R39	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44
R40	5	5	5	3	5	5	5	2	4	5	44

2. Variabel Kepercayaan (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
R1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
R3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	35
R4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	40
R6	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
R7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
R8	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
R9	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
R10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
R11	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	45
R12	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
R13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
R14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
R15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R16	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
R17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
R19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R20	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	27
R21	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
R23	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	35
R24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R25	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	40
R26	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
R27	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
R28	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
R29	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
R30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
R31	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	45
R32	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
R33	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41

R34	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
R35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R36	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
R37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
R39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R40	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	27

3. Variabel Keputusan Pembelian

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y
R1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	33
R4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
R5	5	4	5	5	3	4	5	5	3	4	43
R6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R7	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
R8	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
R9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R10	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
R11	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
R12	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
R13	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
R14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R15	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
R16	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	41
R17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
R18	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	44
R19	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45
R20	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	30
R21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
R22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R23	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45
R24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
R26	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	34
R27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R28	5	5	2	3	2	5	5	5	5	5	42
R29	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
R30	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42

R28	4	4	4	3	3	3	4	4	29
R29	5	4	5	5	5	5	5	5	39
R30	4	4	4	4	3	4	4	4	31
R31	3	3	3	4	3	3	4	4	27
R32	4	4	5	5	5	5	5	5	38
R33	4	5	4	4	4	4	4	4	33
R34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
R35	3	4	4	5	4	3	4	3	30
R36	4	4	4	5	5	5	5	5	37
R37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
R38	4	4	5	4	5	4	4	5	35
R39	5	5	4	5	4	3	4	4	34
R40	4	5	4	4	5	5	5	4	36

C. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,471*	,440	,631*	,309	,195	,474*	,574*	,325	,385	,584*
	Sig. (2-tailed)		,036	,052	,003	,186	,410	,035	,008	,163	,094	,007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.2	Pearson Correlation	,471*	1	,383	,574*	,600*	,497*	,541*	,656*	,656*	,578*	,742*
	Sig. (2-tailed)	,036		,096	,008	,005	,026	,014	,002	,002	,008	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.3	Pearson Correlation	,440	,383	1	,723*	,674*	,566*	,707*	,498*	,306	,645*	,793*
	Sig. (2-tailed)	,052	,096		,000	,001	,009	,000	,026	,189	,002	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.4	Pearson Correlation	,631*	,574*	,723*	1	,397	,496*	,680*	,705*	,439	,755*	,817*
	Sig. (2-tailed)	,003	,008	,000		,083	,026	,001	,001	,053	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.5	Pearson Correlation	,309	,600*	,674*	,397	1	,524*	,641*	,470*	,537*	,579*	,756*
	Sig. (2-tailed)	,186	,005	,001	,083		,018	,002	,036	,015	,007	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.6	Pearson Correlation	,195	,497*	,566*	,496*	,524*	1	,610*	,636*	,678*	,541*	,759*
	Sig. (2-tailed)	,410	,026	,009	,026	,018		,004	,003	,001	,014	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.7	Pearson Correlation	,474*	,541*	,707*	,680*	,641*	,610*	1	,825*	,431	,694*	,866*

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Aksesibilitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	10

b. Variabel Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,957	10

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	10

d. Variabel Jaminan Rasa Aman

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,937	8

3. Uji Linieritas

a. Uji Linieritas Variabel Aksesibilitas (X1) terhadap Jaminan Rasa

Aman (Z)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	453,480	1	453,480	81,085	,000 ^b
	Residual	212,520	38	5,593		
	Total	666,000	39			

a. Dependent Variable: Z

b. Predictors: (Constant), x1

b. Uji Linieritas Variabel Kepercayaan terhadap Jaminan Rasa Aman

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	470,006	1	470,006	91,127	,000 ^b
	Residual	195,994	38	5,158		
	Total	666,000	39			

a. Dependent Variable: z

b. Predictors: (Constant), x2

c. Uji Linieritas Variabel Aksesibilitas terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246,576	1	246,576	12,988	,001 ^b
	Residual	721,399	38	18,984		
	Total	967,975	39			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x1

d. Uji Linieritas Variabel Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352,933	1	352,933	21,806	,000 ^b
	Residual	615,042	38	16,185		
	Total	967,975	39			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2

e. Uji Linieritas Variabel Jaminan Rasa Aman terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258,596	1	258,596	13,852	,001 ^b
	Residual	709,379	38	18,668		
	Total	967,975	39			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), z

4. Uji Linier Berganda

a. Uji t

Uji t Variabel Aksesibilitas dan Kepercayaan terhadap Jaminan Rasa Aman

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,849	2,755		,308	,760
	x1	,371	,089	,452	4,183	,000
	x2	,394	,084	,508	4,700	,000

a. Dependent Variable: Z

Uji t Variabel Aksesibilitas, Kepercayaan dan Jaminan Rasa Aman terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,674	5,966		2,963	,005
	x1	,173	,233	,175	,744	,462
	x2	,516	,229	,552	2,253	,030
	z	-,110	,355	-,092	-,311	,758

a. Dependent Variable: y

b. Uji F

Uji F Variabel Aksesibilitas dan Kepercayaan terhadap Jaminan Rasa Aman

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	532,925	2	266,463	74,087	,000 ^b
	Residual	133,075	37	3,597		
	Total	666,000	39			

a. Dependent Variable: Z

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Uji F Variabel Aksesibilitas, Kepercayaan, dan Jaminan Rasa Aman terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362,543	3	120,848	7,186	,001 ^b
	Residual	605,432	36	16,818		
	Total	967,975	39			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), z, x1, x2

c. Uji R²

Uji R² Variabel Aksesibilitas dan Kepercayaan terhadap Jaminan Rasa Aman

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,895 ^a	,800	,789	1,89648

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: Z

Uji R² Variabel Aksesibilitas, Kepercayaan, dan Jaminan Rasa Aman terhadap Keputusan Pembelian

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,612 ^a	,375	,322	4,10092

a. Predictors: (Constant), z, x1, x2

b. Dependent Variable: y

d. Sobel Tes

Uji Sobel Tes Variabel Aksesibilitas terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jaminan Rasa Aman

Alternatively, you can insert t_a and t_b into the cells below, where t_a and t_b are the t -test statistics for the difference between the a and b coefficients and zero. Results should be identical to the first test, except for error due to rounding.

Input:		Test statistic:	p -value:
t_a	4.183	Sobel test:	0.31014399
t_b	-0.311	Aroian test:	0.30168894
		Goodman test:	0.31935224
			0.75645146
			0.7628892
			0.74945942
		Reset all	Calculate

The reported p -values (rounded to 8 decimal places) are drawn from the unit normal distribution under the assumption of a two-tailed z -test of the hypothesis that the mediated effect equals zero in the population. ± 1.96 are the critical values of the test ratio which contain the central 95% of the unit normal distribution.


Uji Sobel Tes Variabel Aksesibilitas terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jaminan Rasa Aman

Alternatively, you can insert t_a and t_b into the cells below, where t_a and t_b are the t -test statistics for the difference between the a and b coefficients and zero. Results should be identical to the first test, except for error due to rounding.

Input:		Test statistic:	p -value:
t_a	4.700	Sobel test: 0.31032137	0.75631658
t_b	-0.311	Aroian test: 0.30355583	0.76146631
		Goodman test: 0.31756042	0.7508184
		Reset all	Calculate

The reported p -values (rounded to 8 decimal places) are drawn from the unit normal distribution under the assumption of a two-tailed z -test of the hypothesis that the mediated effect equals zero in the population. ± 1.96 are the critical values of the test ratio which contain the central 95% of the unit normal distribution.

Lampiran 4 Lembar Permohonan Penelitian



Yayasan Pembina Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi PGRI Kediri
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (LPPM)
 Alamat: Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112) Telp.(0354) 771576, Fax. 771576
 Website: <http://lp2m.unpkediri.ac.id>, Email: lemlit@unpkediri.ac.id; lemlit.unpkediri@gmail.com

Nomor : 20584.07/LPPM.UN PGRI Kd/VII/2022 07 Juli 2022
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Ijin Melakukan Penelitian


Kepada Yth. Rosita Indah Putri Wardhani Agen Kosmetika Nganjuk
 di : Sawahan, Nganjuk

Dengan ini kami hadapkan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri:

NAMA : TRI PUSPITO RAHAYU
 NPM : 18.1.02.02.0041
 FAK - PRODI : FEB- Manajemen
 Maksud : Ijin melakukan penelitian untuk penulisan Skripsi
 JUDUL :

Pengaruh Aksesibilitas dan Kepercayaan Penggunaan Whatsapp Business Terhadap Keputusan Pembelian dengan Jaminan Rasa Aman sebagai Variabel Intervening

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon bantuannya untuk memberi ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan guna mendapatkan data-data penelitian pada lembaga yang bapak/ibu/sdr. pimpin sebagai bahan penulisan Skripsi Program Sarjana (S1).




Dr. Misky Aswi Ramadhani, M.Kom
 IDN-0708049001


Tembusan :
 1. Kaprodi
 2. Dosen Pembimbing 1 dan 2

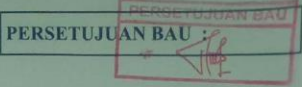


Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Nusantara PGRI Kediri



Lampiran 5 Lembar Berita Acara





BERITA ACARA KEMAJUAN PEMBIMBINGAN PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH

1. NAMA MAHASISWA : TRI PUSPITO RAHAYU
 NPM : 18.1.02.02.0041
 Fak/Jur/Prodi : EKONOMI & BISNIS / MANAJEMEN
 Alamat Rumah : JL. Letjen S. Parman IV/24^A Rt01/Rw05 Cangkeringan
 Alamat email : tripuspito550@gmail.com
 No. Telp. / HP : 082334232380

2. DOSEN PEMBIMBING I : Dr. Subagyo, M.M
 Alamat Rumah : Jl. Perintis Kemerdekaan Gg. Bahri Desa No.5 Kediri
 Alamat email : subagyo@unpkediri.ac.id
 No. Telp. / HP : 08123584929

3. DOSEN PEMBIMBING II : Moch. Wahyu Widada, M.M
 Alamat Rumah : Ds. Mojosari Kecamatan Kras Kab. Kediri
 Alamat email : wahyu.widada@unpkdr.ac.id
 No. Telp. / HP : 081553370269

4. JUDUL KTI :
Pengaruh Aksesibilitas dan Kepercayaan Penggunaan Whatsapp-
 business terhadap Keputusan Pembelian dengan Jaminan Rasa
 Aman sebagai Variabel Intervening

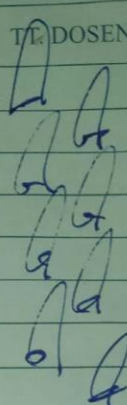
Catatan :

1. Periode Bimbingan (Sesuai SK Rektor) : _____
2. Jadwal Bimbingan : _____

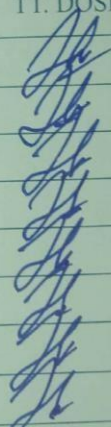
	Hari	Pukul	Tempat / Ruang
Pembimbing I	Rabu	10.00 - 12.00	R. Dedean
	Jumat		
Pembimbing II	Rabu	13.00 - 15.00	Kampus I
	Kamis		

3. Kemajuan Bimbingan :

Pembimbing I

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1	31/5-22	Judul	Acc	
2	13/6-22	Bab 1-2	Revisi latar belakang	
3	7/6-22	Bab 1	Acc, bab II kerangka konsep	
4	16/6-22	Bab II	Acc	
5	22/6-22	Bab III	populasi, sampel	
6	29/6-22	Bab III-IV	analisis dan pembahasan	
7	6/7-22	Bab III-IV	Acc	
8	17/7-22	Bab V Abstrak	Acc	

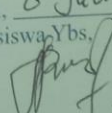
Pembimbing II

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1	13-4-22	Judul	Acc	
2	31-5-22	Bab I	Revisi latar belakang	
3	20-6-22	Bab I-II	Revisi bab I + kerangka konseptual	
4	22-6-22	Bab I-II	Acc	
5	29-6-22	Bab III	Revisi bab III	
6	5-7-22	Bab III-IV	Acc bab III - pengajuan bab IV	
7	7-7-22	Bab IV-V	Revisi bab IV-V	
8	7-7-22	Bab IV-V	Acc	



REGIANI MELINA, M.M
UNIKAS 021090605

Kediri, 8-Juli 2022
Mahasiswa Ybs,


 TRI PUSPI R.
 NPM 18.1.02.02.0041

LOA

4G 4G 20:40 (6) 3 ...

Bluetooth, Alarm, 4G, 83%



[SENMEA] Editor Decision



Kotak Masuk

**Diah Ayu Septi Fa...** 10:27

kepada saya ▾

Tri Puspito Rahayu:

Dengan ini kami menyampaikan bahwa setelah melalui proses telaah, revisi dan penyuntingan artikel terkait pengajuan Anda ke Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi, "PENGARUH AKSESIBILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN JAMINAN RASA AMAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING".

Keputusan kami adalah: Artikel di Terima

Email ini menjadi bukti sah bahwa artikel anda diterima dan akan dipublikasikan pada Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi ke VII pada Vol 7 No 1 2022.

Atas kontribusi Bapak/Ibu dalam ikut serta untuk mengembangkan ilmu pengetahuan akuntansi dan manajemen melalui Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi ke VII, kami sampaikan terima kasih.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan bergabung pada [WAG berikut](#)

[Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi](#)