

# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL  
MANAJEMEN EKONOMI DAN AKUNTANSI



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

# Editorial Team

## EDITOR IN CHIEF

Dr. Amin Tohari, M.Si.



## EDITOR

Diah Ayu Septi Fauji, M.M.



Linawati, M.Si.



## COPY EDITOR

Diah Nurdiwati, M.S.A.



Bambang Agus Sumantri, M.M.



## LAY-OUT EDITOR

Dr. Eunike Rose Mita Lukiani, M.Pd.



Dhiyan Septa Wihara, S.P., M.M.



## REVIEWER

Prof. Sugiono, M.M.



Dr. Subagyo, M.M.



Dr. Samari, M.M.



Dr. Rr. Foryjati, M.M.



Dr. M. Muchson, M.M.



Dr. M. Anas, M.M., M.Ak.



## Articles

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL SURABAYA BAN TULUNGAGUNG

Ahdiyan Nurfi Husna, Ichsannudin, Sigit Ratnanto  
559-565

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA PADA KONTER

Meliza R. Rohmawati, Elis Irmayanti, Efa Wahyu Prastyaningtyas  
705-710

### Analisis Penerapan Disiplin Kerja, Stress Kerja Dan Lingkungan Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT JMS MUROCO Ngancar Kediri.

Mike Nur Indah Indah Sari, Dodi Kusuma Hadi S, Rino Sardanto  
1331-1338

### Analisis Pengembangan Karir dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Mediamaz Solusindo Nusantara

Tekni Megaster, Fida Arumingtyas  
1654-1659

### ANALISIS METODE ALTMAN Z-SCORE MODIFIKASI DALAM MEMPREDIKSI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN SEMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2018-2020

Yoni Wiji Utami, M. Zuhdi Sasongko  
1015-1020

### ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MERK, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA PROFESSIONAL MILD 16 PT.GUDANG GARAM TBK DI KOTA NGANJUK JAWA TIMUR

Rizal Wahyu Romadhona, Sigit Ratnanto, M. Zuhdi Sasongko  
978-983

### ANALISIS RASIO KEUANGAN DALAM MENILAI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SUB SEKTOR JASA KOMPUTER DAN PERANGKAT LAINNYA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2016-2020

Kiki Wijianti, Ismayantika Dyah Puspasari  
934-940

### MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI FINANSIAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT GLOBAL INDOJAYA ORION

Fida Arumingtyas, Tekni Megaster  
1678-1681

### Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Kaos Pada AZKA Konveksi Nganjuk

M.Taufik Tohari, Diah Ayu Septi Fauji, Hery Purnomo  
1361-1368

ANALISIS KINERJA KARYAWAN BERKAITAN PELATIHAN, KOMPENSASI DAN DISIPLIN KERJA DI "JAGO BAHASA" PARE

Luthfia Wulandari, Bambang Agus Sumantri, Rony Kurniawan  
396-401

PENGARUH KONFLIK KERJA, STRES KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. JORDAN FOOD KEDIRI

Evin Rachmad Arfiansyah, Sigit Wisnu Setya Bhirawa, Moch. Wahyu Widodo  
547-551

PENGARUH MOTIVASI, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI

Kinanti Tri Wardani, Bayu Surindra, Efa Wahyu Prastyaningtyas  
692-698

DETERMINAN HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SEKTOR INFRASTRUKTUR, UTILITAS DAN TRANSPORTASI

Yoga Putriawan, Moch. Wahyu Widodo  
1314-1319

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP FINANCIAL DISTRESS DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Marfadha Okrianesia, Indrian Supheni, Bambang Suroso  
1466-1474

PEMETAAN MINAT DAN MOTIVASI INVESTASI MAHASISWA UNP KEDIRI (Studi Kasus Galeri Investasi UNP Kediri)

Ika Listiani  
1591-1598

Determinan Kinerja Karyawan ditinjau dari Aspek Kedisiplinan, Stres Kerja, dan Kompensasi pada Koperasi Basitustra Munjungan Trenggalek

Mila Fitrianingrum, Bambang Agus Sumantri  
1254-1261

ANALISIS CR, DER, DAN NPM TERHADAP PERUBAHAN LABA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN

Zuni Nor Anisa, M. Zuhdi Sasongko  
448-455

PENERAPAN METODE COST PLUS PRICING DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA BERSIH (Studi Kasus Pada Pandai Besi Adi Baja Tembus Nganjuk)

Retno Puspasari, Diah Nurdiwaty, Erna Puspita  
1074-1081

**ANALISIS KEBANGKRUTAN Z SCORE ALTMAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
SUB SEKTOR OTOMOTIF DAN KOMPONEN DI MASA PANDEMI**

Wynda Wibiyanti, Moch. Wahyu Widodo, Sigit Wisnu Setya Bhirawa  
1518-1522

**ANALISIS KEBIJAKAN INSENTIF PAJAK PPhBM MOBIL TERHADAP PENJUALAN  
MOBIL DI ERA PANDEMI COVID-19**

Duwi Riningsih  
291-298

**PENGARUH SKALA KAP, SKALA PERUSAHAAN, PROFITABILITAS TERHADAP  
MANAJEMEN LABA**

Riska Amaliah Dewi, Hestin Sri Widiawati  
534-540

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS BRAND IMAGE DAN PERILAKU KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP SAMSUNG**

Imelda Donasari Nanda Susena, Tjetjep Yusuf Afandi, Zainal Arifin  
677-683

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS AUDIT (Studi Pada  
Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2020)**

Adhe Julistira, Amin Tohari, Mar'atus solikah  
835-840

**Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Pertumbuhan Laba dan Return On  
Asset Terhadap Kualitas Laba**

Siti Musyarofah, Atwal Arifin  
1432 -1442

**ANALISIS PENERAPAN PROMOSI DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN BENGKEL CAT KK-PAINT KOTA KEDIRI**

Dedy Eka Septian Alief Mukmin, Sigit Wisnu Setya Bhirawa  
949-956

**Analisa Pengaruh Komunikasi Kerja, Kompensasi, Kompetensi dan Kaitannya Terhadap  
Kinerja Karyawan pada CV. Mentari Nusantara Feedmill Tulungagung 2021**

Yosephine Nadjira Hananta Susilaningdyah, Bambang Agus Sumantri  
1237-1246

**DAMPAK DISIPLIN KERJA, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP  
KINERJA KARYAWAN DI PT. CANDI LOKA NGAWI**

Zainal Arifin, Edy Djoko Soeprajitno, Rino Sardanto  
1621-1625

**ANALISIS REALISASI ANGGARAN UNTUK MENILAI EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI  
KINERJA PEMERINTAH KOTA KEDIRI TAHUN 2016-2020**

Rara Puspita Prihandini, Andy Kurniawan, Dyah Ayu Paramitha  
957-962

**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEPOT TOMMY KEDIRI**

Aling Aldyawan, Dodi Kusuma Hadi Soedjoko

786-794

**Penguatan Usaha Bumdes Melalui Pelatihan Dasar Dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan**

Dina Alafi Hidayatin, Mukti Prasaja, Latifah Anom, Nurul Mazidah

272-279

**KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI PADA PEMBELAJARAN DARING BERDASARKAN KOMPETENSI DOSEN DI ERA PANDEMI COVID 19**

Leny Nurul Hidayah, Samari

1425-1431

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LABA BERSIH PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR FOOD AND BEVERAGES**

Jekso Ryan Pamungkas, Linawati, Mar'atus Solikah

927-933

**Analisis kepuasan konsumen ditinjau dari harga, kualitas produk dan lokasi di kedai damoni kopi kediri 2021**

David Chrisando, Bambang Agus Sumantri, Sigit Ratnanto

519-528

**ANALISIS PENERAPAN STRATEGI SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS ORGANIK**

Studi kasus pada Usaha Dagang Beras Organik Sekar Putih Desa Pagung - Kab. Kediri

Liya Widia Ningsih, Ema Nurzainul Hakimah, Moch. Wahyu Widodo

477-486

**Analisis Bibliometrik untuk Implementasi Enterprise Resource Planning (ERP)**

Muhammad Bahit, Nadia Puteri Utami

830-834

**ANALISIS PERBEDAAN KINERJA PORTOFOLIO OPTIMAL SAHAM DENGAN STRATEGI AKTIF DAN STRATEGI PASIF (Study pada indeks saham LQ45 tahun 2008-2018)**

Apriliyarisqi Indah Mustika, Zulfikar Zulfikar

1405-1415

**ANALISIS DUKUNGAN SELEBRITI, GAMBARAN MEREK, DAN HARGA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK BUSANA 3SECOND**

Khusna Fatimatus Syahroq, Hery Purnomo, Dodi Kusuma Hadi Soejoko

325-331

ANALISIS RASIO LIKUIDITAS, SOLVABILITAS DAN RENTABILITAS UNTUK MENGUKUR KINERJA KEUANGAN PT BISI INTERNATIONALTBK PERIODE 2017 - 2019

Putri Indah Permatasari, M. Zuhdi Sasongko  
1052-1058

ANALISIS PENGARUH MODAL KOPERASI, ASET DAN JUMLAH ANGGOTA TERHADAP SHU PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM (Studi Koperasi Kab. Nganjuk)

Mar'atul Ulfa, Diah Nurdiwaty, Sigit Puji Winarko  
1007-1014

PENGARUH MOTIVASI, DISIPLIN, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR KECAMATAN SEMEN KABUPATEN KEDIRI

Mohammad Talaat Lutfi, Dhiyan Septa Wihara  
1523-1530

ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS PADA CV. BOOM MOTORIST

Gita Hardianti, Suhardi Suhardi  
773-779

Persepsi Pegawai Terhadap Pelaporan SPT Tahunan Dengan Menggunakan E-Filing

Krissantina Eferyn, Mukti prasaja, Dwi Riningsih  
260-264

MINAT MENGGUNAKAN E-Money PADA APLIKASI GOPAY “GOJEK” BERDASARKAN PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN

Shella Tamara Putri, M. Zuhdi Sasongko, Rony Kurniawan  
984-988

IMPLIKASI KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN VARIAN PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA BAWANG GORENG KAK ROS UMKM SAWUNG TANI

Erviana Nurul Hidayati, Poniran Yudho Leksono, M. Zuhdi Sasongko  
909-917

DETERMINAN KINERJA PEGAWAI DITINJAU DARI KEPEMIMPINAN, KEDISIPLINAN, DAN MOTIVASI PADA KANTOR DESA DI KECAMATAN TAROKAN

Ruby Mahasurya  
506-510

ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL AKUNTANSI PENGGAJIAN DAN PENGUPAHAN PADA HOME INDUSTRY AR BAKERY NGANJUK

Muhammad Afrian Mujib, Puji Astuti  
655-662

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK ANDALAN

Ifa Bian Jayo Arbinta, Ichsannudin Ichsannudin, Sigit Ratnanto  
1134-1142

**Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Motivasi Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Milenial**

Dalam Belanja On Line di Ecommerce

Dingot Hamonangan Ismail, Damdam Damiyana

1450-1456

**Analisis Kompensasi Untuk Meningkatkan Kinerja Pekerja Harian Gudang Nganjuk PT Tirta Restu Ayunda**

Muhammad Afandi Syahroni

306-316

**Pengaruh Rekrutmen, Disiplin Kerja dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Nganjuk**

Yulianecha Cahyoningrum

1034-1041

**ANALISIS KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM ARTO MAKMUR JAYA DITINJAU DARI KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN CITRA INSTITUSI**

Noor Azura Alias Dina, Sigit Ratnanto, Hery Purnomo

416-427

**SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PROSES PRODUKSI PADA USAHA ROTI AR BAKERY**

Agus sades Setiawan, Erna Puspita, Linawati Linawati

596-600

**Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri)**

Sulton Ali Al Aradatin, Basthoumi Muslih, Restin Meilina

757-767

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA PARE KEDIRI TAHUN 2020**

Ami Susanti, Mar'atus Solikah, Sigit Puji Winarko

244-250

**KINERJA KEUANGAN KOTA KEDIRI DITINJAU DARI RASIO EFEKTIVITAS, EFISIENSI DAN KEMANDIRIAN PERIODE 2016 - 2019**

Vivinia Marcella Sari Dewi

378-384

**PENGARUH FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI PDAM KABUPATEN NGANJUK**

Dwi Ayu Indriani, Rino Sardanto, Moch. Wahyu Widodo

893-902



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK (STUDI KASUS PADA KANTOR DESA PECUK KECAMATAN PATIANROWO KABUPATEN NGANJUK)**

Kualitas Pelayanan Publik, Kantor Desa  
Istyani Saputri, Zulistiani Zulistiani  
461-463

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI DAN PELATIHAN SERTA DISIPLIN KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN DIVISI PEMASARAN PADA PT. ARTA BOGA CEMERLANG KEDIRI**

Welly Aji Nugroho  
493-498

**DAMPAK HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE**

Nanda Afifatul Aziziyah, Ema Nurzainul Hakimah  
645-649

**ANALISIS DAMPAK EKONOMI KEBERADAAN DESA WISATA KEMANTREN TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT LOKAL**

Arta Dias Wulansari, Herry Yulistiyono  
1116-1126

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Sri Utami Hanggondosari  
1143-1149

**Gaya kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja pegawai kantor kecamatan Tanjunganom kabupaten Nganjuk**

Wahyu Rini Wulandari  
1576-1582

**KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN ATMOSPHERE PADA CAFÉ FAVORITE DI BANGUNJAYA**

Diyah Ayu Rahmawati Dewi, Poniran Yudho Leksono  
1028-1033

**Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Investasi Pemerintah, Dan UMK Terhadap Pertumbuhan Ekonomi**

Avinda Tyas Savitri, Faisol, Badrus Zaman  
1179-1191

**Penerapan Metode ABC System Dalam Menentukan Harga Pokok Kamar Pada Lotus Kediri Tahun 2020**

Maria Goreti Bupu, Badrus Zaman, Sugeng  
744-748

**analisis volume penjualan beras lokal ditinjau dari harga, kualitas produk, dan pelayanan di toserba bahagia Nganjuk**

Audi Yosrul Mustofa, Sigit Wisnu Setya Bhirawa, Basthoumi Muslih

1346-1352

**KINERJA KEUANGAN SEBAGAI MEDIASI PENGARUH GCG DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI**

Ririn Suharningsih, Widi Hariyanti, Yunus Harjito  
1691-1700

**PENERAPAN METODE CPM (CRITICAL PATH METHOD) DAN GANTT CHART UNTUK MENINGKATKAN EFESIENSI WAKTU DAN BIAYA PADA PROYEK PEMELIHARAAN JALAN POROS UTAMA SANGGRAHAN-BALETURI KABUPATEN NGANJUK**

Wiwik Widowati, Rony Kurniawan  
360 - 368

**IMPULSE BUYING DENGAN FAKTOR PENDORONG KECENDERUNGANNYA DI SWALAYAN (Studi pada Swalayan Prima Kabupaten Nganjuk)**

Floren Acnestania, Hery Purnomo  
1292-1297

**IMPLEMENTASI TACTIC PADA PRODUK BOLU KERING MAK PLENGEH: KAJIAN SUBMODEL TRIANGLE**

Candra Fery Setiawan, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono  
1632-1638

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN PAWON NGAMPON TRENGGALEK**

Handika Sofianzah, Ema Nurzainul Hakimah  
471-476

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DAERAH PADA BADAN PENGELOLA KEUANGAN DAN ASET DAERAH (BPKAD) KABUPATEN NGANJUK TAHUN 2020**

Reficensa Therisia, Diah Nurdiwaty, Erna Puspita  
634-639

**PENGELUARAN PEMERINTAH, AKUMULASI MODAL, PAJAK DAN EKSPOR TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA**

Dyah Ayu Mustika Rini, Herry Yulistiyono  
1098-1108

**Model Pengembangan Sistem Akutansi Sebagai Kelola Informasi Akuntansi Pada Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) Nurul Huda Sukun Malang**

Muhammad Budi Alifianto, Defia Nurbatin  
1506-1517

**ANALISIS REPUTASI, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA BARU MEMILIH PENDIDIKAN DI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

Bella Kartika Agustina Sukmaningtias, Poniran Yudho Leksono, Rony Kurniawan

1557-1565

Analisis Pengaruh E - Service Quality, E - Logistic, dan E - Customer Relationship Manajemen Terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace Shopee

Agnes Sabila  
1211-1217

PENGUKURAN KINERJA KARYAWAN PADA PT INDOPRIMA GEMILANG NGANJUK DITINJAU DARI KOMPENSASI, MOTIVASI DAN GAYA KEPEMIMPINAN

Reffo Andre Juliawan, Bambang Agus Sumantri, Rony Kurniawan  
410-415

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO AWW FASHION KOTA KEDIRI

Wilda Sya'Banie Ramadhanty, Ichsannudin, Edy Djoko Suprayitno  
572-579

Pengaruh Financial Distress, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan terhadap Konservatisme Akuntansi

Iis Endang Soekowati, Hestin Sri Widiawati, Sigit Puji Winarko  
730-736

PENGUNAAN BEASISWA BIDIKMISI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PAPUA

Afif Ramadhoni, Sarah Usman, Ted Matheus Suruan  
224-236

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMILIH RESTO SALESIA TRENGGALEK

Lifsa Belviana, Samari Samari, Hery Purnomo  
1668-1677

ANALISIS GAJI, MOTIVASI KERJA, DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT ABA KEDIRI

Ponco Suprpto, Dodi Kusuma Hadi Soejoko  
339-346

Analisis Keputusan Pembelian Cafe Samcir Nganjuk Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi Sosial Media dan Harga

Emilda Meliyana, Ichsannudin  
903-908

Peran Digitalisasi Bisnis Terhadap Pemulihan Ekonomi Dalam Meminimalisir Pengangguran Di Indonesia

Moch. Sulchan, Maya Zulfa Maslihatin, Anik Yulikhah  
941-948

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS SUDIRO TUNGGU JAYA RUTE PONOROGO-TANGERANG

Stefanus Arnael Putra Prasetya, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono  
623-628

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BRODEN SCREEN PRINTING

Aji Suprianto, Moch. Wahyu Widodo, Dian Kusumaningtyas  
853-861

PENGARUH DEBT EQUITY RATIO, KOMITE AUDIT DAN LABA OPERASI TERHADAP AUDIT DELAY PADA BUMN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2020

Meme Rukmini, Andy Chandra Pramana, Mukti Prasaja  
265-271

THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT ON PURCHASE INTENTION OF ONLINE PRODUCTS DURING COVID19 PANDEMIC IN INDONESIA: THE MEDIATION ROLE OF TRUST

Dyajeng Puteri Woro Subagio  
1478-1486

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN HARGA PADA KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK

Ika Novaliana  
711-720

ANALISIS PENERAPAN SISTEM E-FILLING DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK BADAN DALAM PENYAMPAIAN SPT TAHUNAN

Anik Wuriasih  
1647-1653

PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU BENANG PADA USAHA TENUN IKAT AAM PUTRA KEDIRI

Desi Tritanti, Hery Purnomo, Rony Kurniawan  
963-969

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA J&T EXPRESS GATOT SUBROTO NGANJUK

Theresia Vara Ayu Adinda Sari, Gesty Ernestivita  
997-1006

PENERAPAN VALUE UNTUK MENCIPTAKAN HEART SHARE PADA BOLU KERING MAK PLENGEH DI UD WAHYU JAYA KOTA KEDIRI

Novi Anita Mara, Sri Aliami  
1059-1065

DETERMINASI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI MANAJEMEN DAN SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL PADA UD. TUNGGAL JAYA

Niken Tria Candra Vita, Sigit Puji Winarko, Diah Nurdiwaty  
610-617

FINANCIAL LITERACY DAN FINANCIAL BEHAVIOR MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN UNP KEDIRI ANGKATAN 2017)

Deni Eko Prastiyo, Subagyo Subagyo, Diah Ayu Septi Fauji  
814-820

PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUCT CONVENIENCE GOODS PADA MASA PANDEMI COVID '19  
PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUCT CONVENIENCE GOODS PADA MASA PANDEMI COVID '19

Yani Dwi Restanti  
1541-1552

ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM SURYA 12 MERAH (Studi Pada Warga Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk)

Mohammad Fahrul Anas, Ichsanudin Ichsanudin, Sigit Ratnanto  
1609-1615

TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS DALAM PENGELOLAAN ANGGARAN PENDAPATAN BELANJA (APBDES) PADA PEMBANGUNAN DI DESA MOJOKAMBANG KECAMATAN BANDARKEDUNG MULO KABUPATEN JOMBANG TAHUN 2020

Indah Tri Agustin, Suhardi  
552-558

EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN GOOGLE CLASSROOM TERHADAP HASIL BELAJAR

Devita Dwi Yuliara Hariyanti, Tjetjep Yusuf Afandi, Efa Wahyu Prastyaningtyas  
699-704

EFEKTIFITAS KEBIJAKAN KREDIT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA KOPWAN PKC TOSAREN TAHUN 2017-2020

Naya Aulia, Mar'atus Solikah, Hestin Sri Widiawati  
1320-1330

PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PAMENANG BUANA RAYA MALANG

Pingkan Octavina, Nurtjahja Juniarsa  
1475-1477

ANALISIS MOTIVASI, PROMOSI JABATAN DAN KOMPENSASI SEBAGAI DETERMINAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI KEMBANG JAWA MOTOR TEPUS KEDIRI

Dira Sabrina Aziz, Dodi Kusuma Hadi Soejoko  
332-338

Analisis Kinerja Karyawan PT. Sapta Karya Megah Ditinjau Dari Aspek Kompetensi, Kompensasi dan Motivasi

Rahmad Dwi Febrianto, Bambang Agus Sumantri, Amat Pintu Batu Silalahi  
1262-1268

Analisis Financial Distress Pada PT. Sarimelati Kencana Tbk. Sebagai Dampak Pandemi Covid-19

Fitri Kurniawati, Ismayantika Dyah Puspasari  
1626-1631

PERAN AUDIT INTERNAL DALAM MENUNJANG EFEKTIFITAS PENGENDALIAN INTERNAL PENJUALAN PADA DEALER ARIES SENTOSA MOTOR KOTA KEDIRI

Wahyu Suryanto, Sugeng Sugeng, Diah Nurdiwaty  
1082-1089

ANALISIS BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAKSIN TERNAK MEREK MEDIVAC AI DI KOTA KEDIRI

Suhendro Suhendro, Ema Nurzainul Hakimah, Rino Sardanto  
805-813

ANALISIS DAMPAK BAKAT PENJUALAN PERSEPSI PERAN DAN TINGKAT KEAHLIAN TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL

Yusiana Ana, Poniran Yudho Leksono, Ema Nurzainul Hakimah  
1353-1360

ANALISIS PERBANDINGAN HARGA SAHAM INDEKS LQ45 SEBELUM DAN SEMASA PANDEMI COVID-19: EVENT STUDY

Raih Persada, M. Wahyu Widodo  
541-546

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PADA BELANJA ONLINE SHOPEE

Ita Rosiana, Bayu Surindra, Efa Wahyu Prastyaningtyas  
684-691

PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN APOTEK ALYA FARMA NGADILUWIH BERDASARKAN KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN CITRA TOKO

Sidiq Gunawan, Ichsanudin  
841-846

ANALISIS REKRUTMEN, LINGKUNGAN KERJA, DAN PELATIHAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT JMS MUROCO NGANCAR KEDIRI

Isro'atul Evi Zuliani  
1457-1465

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN WALLPAPER DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI ONLINE DAN WORD OF MOUTH PADA K.A WALLPAPER KEDIRI**

Kharis Abadi  
1660-1667

**Analisis Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan AUTO2000 Hasanudin Kediri**

Septiana Maharani Sukma, Dhiyan Septa Wihara  
1247-1253

**KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE PADA BENGKEL CUSTOM AKSESORIS MOTOR DI XILAM 01 NGANJUK**

M Edo Yudha Pratama, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono  
440-447

**EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL ATAS PEMBERIAN KCA PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UPC WARUJAYENG**

Renna Agustiningtyas, Puji Astuti  
1066-1073

**ANALISIS PENGARUH DISIPLIN, LINGKUNGAN KERJA, DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT METRO INTI PURNAMA**

Aditya Nur Rahman, Amat Pintu Batu Silalahi, Dhiyan Septa Wihara  
795-804

**Analisis Indeksikalitas Dalam Pemaknaan Pembiayaan Hunian Syariah di PT. X Developer & Kontraktor Syari'ah**

Halimatus Sa'adiyah, Krissantina Eferyn  
280-290

**ANALISIS KEPEMIMPINAN, KOMPENSASI, DAN FASILITAS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN KSP DELTA SURYA PURNAMA PARE**

Ilma Yogi Anvarensa, Ichsannudin Ichsannudin  
1604-1608

**ANALISIS MOTIVASI, LEADERSHIP STYLE DAN LINGKUNGAN KERJA NON-FISIK TERHADAP KINERJA KARYAWAN LOTUS GARDEN HOTEL KOTA KEDIRI**

De elsa Puspitasari, M. Zuhdi Sasongko, Rony Kurniawan  
529-533

**PENGARUH MOTIVASI, KEAKTIFAN DAN TINGKAT PEMAHAMAN TERHADAP HASIL PEMBELAJARAN DARING MATA PELAJARAN KEWIRAUSAHAAN SISWA**

Devita Anggara Putri, Bayu Surindra, Zainal Arifin  
670-676

**PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2020**

Arivia Fridasari, Amin Tohari, Dyah Ayu Paramitha

1143-1149

PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI. (Studi Kasus Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)

Karimah Karimah, Atwal Arifin  
1416-1424

PENERAPAN METODE ABC DAN EOQ DALAM PENGENDALIAN PERSEDIAAN SUSU FORMULA PADA SAKINAH 212 MART KEDIRI

Ishmatul Maula, Rony Kurniawan  
1583-1590

Determinan Komunikasi Informal, Lingkungan Kerja, dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. BPR Nusamba Ngunut Tulungagung

Deppy Era Kurniawati, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko Suprajitno  
1229-1236

ANALISIS ROA, ROE, DER TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE

Rila Izatun Hanifa, M. Zuhdi Sasongko  
435-439

PENGARUH CURRENT RATIO (CR), RETURN ON ASSET (ROA), RETURN ON EQUITY (ROE), EARNING PER SHARE (EPS), DEBT TO EQUITY (DER), DAN NET PROFIT MARGIN (NPM) TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR (SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN) YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK IN

Mas'adatul Hukmiyah, Badrus Zaman, Sugeng  
918-926

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERHITUNGAN PERJALANAN DINAS PADA BALAI WILAYAH SUNGAI KALIMANTAN III BERBASIS WEB

Marshelina Putri Permata Sari, Phaureula Artha Wulandari, Muhammad Bahit  
780 -785

PENGARUH DEBT EQUITY RATIO, KOMITE AUDIT DAN LABA OPERASI TERHADAP AUDIT DELAY PADA BUMN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2020

Meme Rukmini, Andy Chandra Pramana, Mukti Prasaja  
1369-1375

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWA

Sefilia Putri Asmaratika  
1599-1603



**IMPLEMENTASI SWOT DAN BUSINESS MODEL CANVAS GUNA TERCIPTANYA KEUNGGULAN KOMPETITIF PRODUK PADA BARELO CAFE NGANJUK**

Aprilia Dwi Lestari, Rino Sardanto  
880-892

**DETERMINAN KOMUNIKASI, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. TOYOTA AUTO 2000 SERSAN SUHARMAJI KEDIRI**

Kinanthi Puan Maharani, Bambang Agus Sumantri, Amat Pintu Batu Silalahi  
511-518

**DANA DESA, BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES), KESEMPATAN KERJA DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

(Studi Empiris Desa-Desa di Kabupaten Klaten Tahun 2019)  
Alfian Saifuddin Mahmud, Zulfikar Zulfikar  
663-669

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee**

Silvana Widya Witarisma  
821-829

**Analisis Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Belikopi Kediri**

Yosulung Putra Sauw Fa, Rino Sardanto, Dodi Kusuma Hadido  
1553-1556

**PENGARUH KNOWLEDGE SHARING DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PLN KERTOSONO NGANJUK**

Rizky Reva Ananda, Hery Purnomo, Dodi Kusuma Hadi Soejoko  
317-324

**PENGARUH SERVANT LEADERSHIP, TALENT MANAGEMENT DAN KNOWLEDGE MANAGEMENT TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT DIMAR ANTIKA NUGRAHA DESA BRINGIN BADAS KEDIRI**

Davoar Roga Shasena  
1042-1051

**PENGARUH STRESS KERJA, MOTIVASI KERJA, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN**

Riska Aprilianti, Sigit Wisnu Setya Bhirawa, Moch. Wahyu Widodo  
428-434

**PENGARUH PENGEMBANGAN KARIER TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR DENGAN PERAN MEDIASI EMPLOYEE ENGAGEMENT**

F. Anif Farida  
601-609

**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19 UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

Eka Dian Rahmawati, Basthoumi Muslih

768-772

**AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI PENGELOLAAN DANA DESA DI KECAMATAN TRENGGALEK TAHUN 2017**

Krissantina Eferyn, Halimatus Sa'diyah  
251-259

**ANALISIS PENGARUH CURRENT RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO, RETURN ON ASSETS DAN GROWTH SALES TERHADAP DEVIDEN PAYOUT RATIO PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016 – 2019**

Latifatul Udmah, M. Zuhdi Sasongko  
385-395

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TENUN IKAT AAM KODOK NGOREK PUTRA BANDAR KIDUL**

Shintia Nur Zella, Poniran Yudho Leksono, M. Zuhdi Sasongko  
989-996

**ANALISIS PENGARUH LOKASI, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LOJI RESTO & CAFE KEDIRI**

Isnan Nur Alim  
499-505

**Analisis Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa di Desa Patihan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk**

Reza Ayu Saputri, Puji Astuti  
650-654

**PENGARUH KOMPENSASI, PENGEMBANGAN KARIR, DAN PENGAWASAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN UPTD PENGELOLAAN SUMBER DAYA AIR GONDANG**

Safei Ricardyan  
1127-1133

**ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN ANTARA PERUSAHAAN FARMASI MILIK NEGARA (BUMN) DENGAN PERUSAHAAN FARMASI MILIK SWASTA (BUMS) YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (PERIODE 2015-2019)**

Aguna Anugraha Wahyudi, Hendy Hermawan  
1376-1386

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN BUYING DECISION KONSUMEN GOLDEN SWALAYAN KEDIRI**

Friscilla Leniensi, Basthoumi Muslih  
299-305

Determinasi Pendapatan Asli Daerah Dengan Pendekatan FGLS (Feasible Generalized Least Square)

Ratih Agustina Dewi, Faisol, Badrus Zaman  
587-595

Strategi Pengembangan Industri kecil Lovyna Konveksi Kediri

Fina Nur Hayati, Subagyo Subagyo, Ema Nurzainul Hakimah  
749-756

DISIPLIN KERJA DAN FASILITAS KANTOR DALAM MEMPENGARUHI KINERJA  
PEGAWAI

Mustafidah Mahardhika, Dyan Arintowati  
237-243

UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN MELALUI PERSEPSI HARGA,  
KUALITAS PELAYANAN, DAN TEMPAT USAHA PADA WARUNG BRODIN

Yulian Dwi Riski, Samari Samari, Hery Purnomo  
369-377

UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN PADA GACO KOPI DI MALANG

Indyah Herdiyanti, Nur Laily Hawa E  
1298-1305

ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA MASA PANDEMI  
COVID19 PADA MAWADDAH BAKERY NGANJUK

Yayuk Sulistiyo Rini, Andy Kurniawan, Dyah Ayu Paramitha  
970-977

Analisis Kualitas Pelayanan Dan Keaneragaman Produk Koperasi Simpan Pinjam Terhadap  
Keputusan Menjadi Anggota Pada Koperasi Bhayangkara

Adam Indrasto, Ema Nurzainul Hakimah  
487-492

SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PERHITUNGAN INSENTIF OPERATOR  
BERBASIS WEB PADA TERMINAL PETIKEMAS BANJARMASIN PT. PELABUHAN  
INDONESIA III (PERSERO) REGIONAL KALIMANTAN)

Muhammad Bahit, Paraswati Intan, Wulandari Phaureula Artha  
640-644

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI PENGUSAHA  
KECIL DAN MENENGAH ATAS PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI (Studi  
Pada Pengusaha Gethuk Pisang Di Kota Kediri)

Yayang Dewintara, Linawati Linawati, Suhardi Suhardi  
1109-1115

OPTIMALISASI PERSEDIAAN BAHAN BAKU BAWANG GORENG DI SAWUNG TANI  
KAB. NGANJUK

Alisa Mayaningrum, Hery Purnomo  
847-852

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SYAREKAH JAYA GAS KEDIRI**

Fatwa Muhamad Haris, Poniran Yudho Leksono, Rony Kurniawan

1566-1575

**ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN DAN PENERIMAAN KAS DALAM MENINGKATKAN PENGENDALIAN INTERNAL (Studi Pada PT. Armada Pagora Jaya Kediri)**

Ayu Agustina Sari, Sugeng Sugeng, Amin Tohari

1218-1228

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN PERIODE 2017-2019**

Wahyu Ananda Putra, Badrus Zaman, Sugeng

580-586

**Penerapan Akuntansi Pada Pelaku UMKM Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri**

Nur Arifatul Muyassaroh, Mar'atus solikah, Hestin Sri Widiawati

737-743

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA BUS PO. HARAPAN JAYA**

Nasrul Fuadi

618-622

**PENGARUH LEVERAGE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 2012-2014**

Wahyuni Sri Astutik

1682-1690

**ANALISIS STORE ATMOSPHERE, LOKASI USAHA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP HOMELY KOFFEE KOTA KEDIRI**

Ribut Yuni Lestari, Sigit Ratnanto, Hery Purnomo

347-359

**IDENTIFIKASI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KEDAI KOPI KEMBANG SORE DI PUJON MALANG**

M. Fajar Agel Prakoso, Ema Nurzainul Hakimah, Rino Sardanto

1021-1027

**PENGARUH COVID-19 TERHADAP KENAIKAN PENJUALAN TANAMAN HIAS KIOS RACHEL DI DESA REMBANG, KABUPATEN KEDIRI**

Febby Faradella Bukhorida, Diyah Putri Febriani

456-460

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI. DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Khusus Pada Kedai Ayam Geprek "Takhasiena" Kecamatan Kertosono-Kabupaten Nganjuk)

Adika Desi Setyani, Sri Aliami, Ema Nurzainul Hakimah  
464-470

COGNITIVE SOCIAL CAPITAL YANG MEMENGARUHI MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA RESTAURANT PIZZA HUT

Muhammad Tahajjudi Ghifary, Ardiyanti Esthi Putri  
629-633



PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA EMPAT PERUSAHAAN BUMN SEKTOR KONSTRUKSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2020

Totok, Erna Puspita, Faisol  
1090-1097

PELAKSANAAN PROGRAM KELUARGA HARAPAN (PKH) GUNA MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI DESA BALONG PACUL KECAMATAN NGANJUK KABUPATEN NGANJUK

Ika Romadhani, Dyah Suswanti Respatiningtias  
1496-1505

ANALISIS MANAJEMEN DAN FINANCIAL UNTUK MENILAI KESEHATAN KSP SAKTI KOTA KEDIRI

Sigit Puji Winarko, Mohammad Tawakal Al Faruq  
1201-1210

KEPUASAN PELANGGAN BERKAITAN KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PADA RESTORAN BU EKO KEDIRI

Ervira Nuril Arika Febriani, Bambang Agus Sumantri  
402-409

ANALISIS DAMPAK PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GTL BALANCING-SPOORING CABANG MOJOROTO KEDIRI

Ayu Indra Setya Dewi, Ema Nurzainul Hakimah, Rino Sardanto  
566-571

PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAERAH (SIMDA) PADA PENGELOLAAN KEUANGAN DPRKPP KABUPATEN NGANJUK

Miftakul Rip'atin, Mar'atus Solikah, Hestin Sri Widiawati  
721-729

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN TRANSPORTASI ONLINE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KADIRI

Andy Chandra Pramana, Nonni Yap, Mukti Prasaja  
217-223

Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa dalam Mendukung Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Studi Kasus BUMDesa Long Jinawi Desa Galengdowo Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang)

Umi Hidayati  
1487-1495

PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN KONSUMER BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2018-2020

Aulia Hasa Amalika, M. Zuhdi Sasongko  
872-879

ANALISIS PEMBENTUKAN PORTOFOLIO OPTIMAL DENGAN MENGGUNAKAN CAPITAL ASSET PRICING MODEL (CAPM)

(Studi Empiris pada Saham yang Masuk dalam Indeks IDX-BUMN20 di Bursa Efek Indonesia)  
Alvin Deva Prasetya, Zulistiani Zulistiani  
1269-1278

Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Rasio Profitabilitas, Rasio Likuiditas, Dan Rasio Solvabilitas Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020

Mochamad Farik Almubaroq, Zulistiani  
862-871

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA BUS PO. HARAPAN JAYA

Nasrul Fuadi  
1339-1345

PENGARUH PROFIL PENYULUH PERTANIAN TERHADAP KUANTITAS DISEMINASI PERTANIAN DI KABUPATEN KAMPAR

Fadhlan Zuhdi, Sri Swastika, Kurnia Tanjungsari, Yurni  
1636-1646

PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA DI KANTOR DLHKP KOTA KEDIRI

Puput Ayu Malinda, Dian Kusumaningtyas, Sigit Wisnu Setya Bhirawa  
1616-1620

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK, GAYA KEPEMIMPINAN DAN KEDISIPLINAN KERJA SEBAGAI DETERMINAN KEPUASAN MASYARAKAT DESA NGULUNGKULON TRENGGALEK

Eni Hardianingtyas, Edy Djoko Suprajitno, Heri Purnomo  
1-14

EFEKTIFITAS PENERAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN DALAM MENGOPTIMALKAN KINERJA MANAJERIAL PADA PERUSAHAAN DAERAH PAJAK HORAS JAYA (PDPHJ) PEMATANGSIANTAR

Indah Dwi Pramita Harahap, Deli Yanti Simbolon, Jenni Gultom, Hery Pandapotan Silitonga  
15 - 23

KEPUTUSAN PEMBELIAN DILIHAT DARI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI PADA TOKO MRS SHESHOP TULUNGAGUNG

Sri Yuana Novirahayu, Poniran Yudho Leksono

24-29

KINERJA PEGAWAI PERSPEKTIF LINGKUNGAN KERJA, KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI PADA BPJS KETENAGAKERJAAN KANTOR CABANG KEDIRI

Linda Fitri Cahyani, Bambang Agus Sumantri, Rony Kurniawan

30-36

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA CRF 150L PADA KOMUNITAS KRACKER NGANJUK BERDASARKAN PERTIMBANGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK

Madzhari Anwar, Bambang Agus Sumantri

37-42

ANALISIS KINERJA KARYAWAN DI TINJAU DARI KONFLIK, LINGKUNGAN KERJA DAN GAYA KEPEMIMPINAN PADA KARYAWAN UMKM CRIUZZ

Lutvia Titis Arringga, Samari Samari, Zulistiani Zulistiani

43-47

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, KETERAMPILAN DAN INSENTIF TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PABRIK GENTENG SARI BUMI TRENGGALEK

REZA FITRIA, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko Soeprajitno

48-55

ANALISIS PERSEPSI HARGA, STORE ATMOSPHERE DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MINIMARKET FAMILY DI KECAMATAN PATIANROWO NGANJUK

Lisa Lilik Zainul Fitri, Ichsannudin Ichsannudin, Dian Kusumaningtyas

56-60

ANALISIS PENGARUH HARGA, PELAYANAN, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET DI JAYA MULYA TRANSPORT

Ajeng Nopiyanti Wulan Shafitri, Bambang Agus Sumantri, Sigit Ratnanto

61-67

PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU MENGGUNAKAN METODE EOQ PADA INDUSTRI PRIMER HASIL HUTAN KAYU (IPHHK)

Adinda Aprilia Wihani, Sigit Wisnu Setya Bhirawa

68-73

ANALISIS GAYA KEPEMIMPINAN, PEMBERIAN REWARD DAN PUNISHMENT TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA SMK NEGERI 1 KEDIRI

ANAS NASRULLOH MAHABY

74-81

ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ATMOSPHERE PLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LOJI RESTO DAN CAFÉ KEDIRI

Putri Wahyuningtias, Ichsannudin Ichsannudin, Edy Djoko Soeprajitno

ANALISIS CITA RASA PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI DI TELL KOPI KEDIRI

ERNI NOFITA SARI, Ichsannudin Ichsannudin, Edy Djoko Soeprajitno  
90-96

UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MELALUI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA UD JAWA MANDIRI

Yanti Kusumawati, Samari Samari, Hery Purnomo  
97-108

KINERJA KARYAWAN TERMINAL PETIKEMAS TANJUNG PRIOK STUDI KASUS DI TERMINAL PETIKEMAS KOJA

Antaiwan Bowo Pranogyo, Muchlis R. Luddin, Thomas Suyatno  
108-126

MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN MELALUI OPTIMALISASI KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA PADA NINDY DEKORASI

Rahmat Jauhari Aisawa Krismanegara, Samari, Hery Purnomo  
127- 132

Pengaruh Motivasi, Pelatihan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Putra Jadi di Nganjuk

Navita Candra Indrawati, Sigit Wisnu Setya Bhirawa  
133-142

PENGARUH KINERJA SALES RETAIL, PERSONAL BRANDING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAUS JAWARA

Eko Jian Romadhon, Ema Nurzainul Hakimah  
143-147

ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KETEPATAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN

Imannika Bima Nur Happy, M. Zuhdi Sasongko  
148-156

PENGARUH PENGALAMAN KERJA, DISIPLIN KERJA, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PABRIK ROKOK MARGANTARA JAYA TULUNGAGUNG

Lutfikavalma Irdinantara, Edy Joko Suprayitno  
157-161

PENERAPAN LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN SAK EMKM PADA UMKM DI KOTA KEDIRI (STUDI KASUS PADA UMKM MAKANAN DI KOTA KEDIRI)

Riski Masita, Linawati, Suhardi



162-166

Pengaruh Fasilitas Kantor, Motivasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Perangkat Desa di Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri

Ramadhian Aji Pratama, Dodi Kusuma Hadi Soedjoko  
167-175

DETERMINAN KINERJA KARYAWAN DITINJAU DARI KOMPENSASI, MOTIVASI, DAN DISIPLIN KERJA KARYAWAN CV. BERKAH TANI JAYA KABUPATEN KEDIRI

Aldo Bani Alifiano, Dodi Kusuma Hadi Soedjoko  
176-181

Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV. BERKAH AGUNG

Indonesia  
Febri Agung Wahyudi  
184-192

PERFORMANCE STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN CAFE ARNI REJOSO-NGANJUK)

Yesi Ayu Puspita Rini, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono  
193-197

UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI DITINJAU DARI MOTIVASI KERJA, KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN DUKUNGAN ORGANISASI PADA DIREKTORAT JANDRAL PERHUBUNGAN DARAT KABUPATEN TULUNGANGUNG (STUDI KASUS PADA UPT TERMINAL GAYATRI TULUNGAGUNG)

Fajar Setya Kurniawan, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko Soeprajitno  
198 - 205

ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PEMBELIAN DAN PERSEDIAAN PADA SWALAYAN SUBUR

Ima Nurlaili, Andy Kurniawan  
206-209

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP PRESTASI KERJA DI UNIVERSITAS KADIRI

Nonni Yap, Meme Rukmini, Andy Chandra Pramana  
210-216

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PADA BELANJA ONLINE SHOPEE

Ita Rosiana<sup>1</sup>, Bayu Surindra<sup>2</sup>, Efa Wahyu Prastyaningtyas<sup>3</sup>  
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara  
PGRI Kediri, Jl. KH. Achmad Dahlan No.76 Kediri  
Alamat email korespondensi  
[rosianaita15@gmail.com](mailto:rosianaita15@gmail.com)<sup>1</sup>, [bayusurindra@unpkediri.ac.id](mailto:bayusurindra@unpkediri.ac.id)<sup>2</sup>, [efawahyu@unpkdr.ac.id](mailto:efawahyu@unpkdr.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstract

purpose of this research is to examine the effect of product quality, trust and promotion on buying interest in shopping *online* Shopee either partially or simultaneously. The approach used is a quantitative-descriptive approach with data collection techniques using a questionnaire. *Purposive sampling* was used as a technique for determining the sample taken from the student population group FEB UNP Kediri class 2018. The results of the research were on product quality with  $t$  count 2,428 >  $t$  table 1,992 and sig value  $0.18 < 0.05$ , confidence with  $t$  count 2,168 >  $t$  table 1,992 and sig value  $0.033 < 0.05$ , promotion with  $t$  count 4,189 >  $t$  table 1,992 and sig  $0.00 < 0.005$  while  $F$  count 38,446 >  $F$  table 2,72 and sig value  $0.00 < 0.05$  so it is concluded partially and simultaneous positive and significant effect between product quality, trust, and promotion on students' buying interest in shopping *online* Shopee.

**Keywords:** Product Quality, Trust, Promotion, Buying Interest.

### Abstrak








Tujuan penelitian untuk meneliti pengaruh antara kualitas produk, kepercayaan dan promosi terhadap minat beli pada belanja *online* Shopee baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif-deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik penentuan sampel yang diambil dari kelompok populasi mahasiswa FEB UNP Kediri angkatan 2018. Hasil penelitian kualitas produk dengan  $t$  hitung 2,428 >  $t$  tabel 1,992 dan nilai sig  $0,18 < 0,05$ , kepercayaan dengan  $t$  hitung 2,168 >  $t$  tabel 1,992 dan nilai sig  $0,033 < 0,05$ , promosi dengan  $t$  hitung 4,189 >  $t$  tabel 1,992 dan sig  $0,00 < 0,005$  sedangkan  $F$  hitung 38,446 >  $F$  tabel 2,72 dan nilai sig  $0,00 < 0,05$  sehingga disimpulkan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, kepercayaan, dan promosi terhadap minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kepercayaan, Promosi, Minat Beli.

### PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, dalam penggunaan jual beli mengalami kemajuan yang pesat. Salah satu yang memajukan perkembangannya adalah internet. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) data jumlah penggunaan internet yang ada di Indonesia pada tahun 2019-2020 quartil 2 mengalami kenaikan. Kenaikan jumlah pengguna internet disebabkan oleh beberapa faktor, seperti *broadband* atau infrastruktur di Indonesia yang makin merata dengan terdapatnya Palapa Ring dan belajar *online*, serta WFH akibat dari dampak pandemi COVID-19.

Perkembangan internet yang begitu cepat membuat perubahan perilaku seseorang dalam berbelanja, yang pada awalnya berbelanja secara langsung ke berbelanja secara tidak langsung (melakukan pembelian secara *online*) melalui bantuan jaringan internet dan handphone. Dengan perubahan perilaku seseorang memunculkan peluang bisnis yaitu salah satunya *E-commerce*. *E-commerce* menjadi suatu arena pertukaran informasi atau transaksi antara pembeli dan penjual di dunia maya (1). Belakangan ini industri *e-commerce* sangat berkembang pesat di Indonesia, sehingga banyak bermunculan *marketplace online* seperti, Shopee, Tokopedia, lazada, blibli.com dan lain sebagainya. Berikut gambar persaingan *e-commerce* di Indonesia:

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook
1  Shopee	129,320,800	#1	#1	541,700	7,100,000	19,908,390
2  Tokopedia	114,655,600	#2	#4	710,400	2,400,000	6,372,160
3  Bukalapak	38,583,100	#7	#7	199,600	1,363,070	2,514,260
4  Lazada	36,260,600	#3	#3	411,400	2,600,000	30,461,740
5  Blibli	22,413,100	#6	#5	514,800	1,389,780	8,539,020
6  Orami	6,186,200	#27	#22	5,960	530	352,140
7  Bhinneka	4,442,600	#20	#20	68,900	41,910	1,048,380

Gambar 1. Daftar persaingan toko *online* di Indonesia (2)

Berdasarkan gambar 1, persaingan dalam toko *online* di Indonesia, untuk peringkat pertama yaitu diduduki oleh toko *online* Shopee dengan total pengunjung web bulanan 129,3 juta pengunjung, dan untuk peringkat kedua yaitu Tokopedia dengan jumlah pengunjung 114,6 juta, selanjutnya ada BukaLapak, Lazada, Blibli, Orami, dan Bhinneka. Data gambar tersebut merupakan toko *online* yang paling di minati oleh konsumen dengan total pengunjung paling banyak 129,3 juta pada *e-commerce* Shopee.

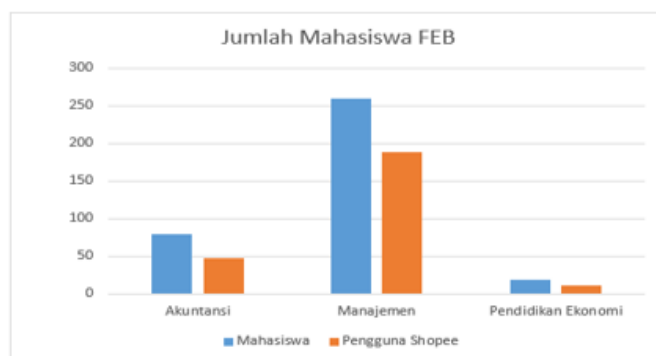
Minat beli merupakan pernyataan mental dari pelanggan yang merefleksikan suatu rencana pembelian terhadap produk dengan merek dan jumlah tertentu (3). Minat pembelian pelanggan yang bermacam-macam menjadi acuan situs belanja *online* untuk bisa bersaing dengan situs belanja *online* lainnya. Shopee merupakan salah satu situs belanja *online* yang saat ini sedang meningkat dan menjadi *e-commerce* terbesar di Indonesia. Shopee menjadi aplikasi *marketplace online* yang melakukan penjualan dan pembelian dengan menggunakan ponsel. Minat beli dipengaruhi oleh faktor yang berkaitan dengan emosi dan perasaan seseorang, Ketika membeli suatu produk dan merasa senang serta puas maka dengan hal tersebut minat beli dari pelanggan akan semakin kuat (4). Terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi minat beli secara *online*, salah satunya kualitas produk (5).

Kualitas produk merupakan suatu faktor terdalam yang bisa menunjukkan apakah suatu produk memiliki nilai atau tidaknya dalam pandangan pelanggan serta merupakan suatu harapan pelanggan yang harus dipenuhi (6). Loyalitas konsumen juga akan didapatkan ketika kualitas produk ditingkatkan karena pelanggan peduli terhadap produk yang dijual oleh perusahaan. Namun dalam berbelanja *online* seringkali terdapat konsumen yang kurang puas terkait dengan produk yang dibelinya karena produk kadang tidak sesuai dengan ekspektasi, atau produk yang diterima pelanggan kurang bagus. Selain itu penelitian terdahulu (7) memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat beli yaitu kepercayaan. Kepercayaan konsumen sebagai suatu persepsi dari sudut pandang pelanggan akan keahlian penjual dalam pengalaman dan terpenuhinya harapan konsumen (8). Kepercayaan menjadi suatu faktor pertimbangan bagi konsumen ketika hendak melakukan pembelian suatu produk. Namun didalam belanja *online*, seringkali konsumen mendapatkan pengalaman berbelanja *online* yang buruk, seperti produk yang datang tidak sesuai atau tidak sama dengan harapan pelanggan, dan apabila hal tersebut sering terjadi pelanggan akan memberikan penilaian yang kurang memuaskan, konsumen juga sering kecewa dengan waktu pembelian karena waktu yang ditentukan penjual tidak sesuai dan melampaui batas sehingga produk datang terlambat. Oleh karena itu, kepercayaan konsumen dapat berpengaruh terhadap minat beli pelanggan secara *online*. Selain itu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (9), memperoleh hasil bahwa kepercayaan berpengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat beli yaitu promosi. Promosi sebagai kunci terpenting bagi penjual dalam memperdagangkan produknya. Promosi tidak hanya sebagai sarana komunikasi antara penjual dengan pembeli, tetapi juga menjadi sarana untuk mempengaruhi pelanggan dalam aktivitas pembelian produk (5). Banyak nya promosi yang ditawarkan Shopee kepada pelanggan seperti *voucher*, *flash sale*, *goyang* Shopee dan lain sebagainya guna untuk menarik minat konsumen. Akan tetapi terdapat waktu tersendiri untuk memperoleh promosi tersebut sehingga banyak konsumen yang tidak dapat menggunakannya. Selain itu penelitian peneliti sebelumnya (7), memperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nisantara PGRI Kediri Angkatan 2018 menjadi objek penelitian karena hampir seluruh mahasiswa ekonomi menggunakan media sosial (Shopee) dalam melakukan belanja *online*. Adapun jumlah mahasiswa FEB Universitas Nisantara PGRI Kediri Angkatan 2018 yang melakukan belanja *online* di Shopee:



**Gambar 2. Mahasiswa FEB yang menggunakan Shopee**

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan gambar 2, jumlah mahasiswa akuntansi yang melakukan belanja *online* menggunakan Shopee sekitar 47 dari jumlah 79 mahasiswa, dan mahasiswa Manajemen yang menggunakan Shopee sekitar 189 dari jumlah 260 mahasiswa, sedangkan jumlah mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang menggunakan Shopee hanya sekitar 11 Mahasiswa dari jumlah 18 mahasiswa. Sedangkan untuk keseluruhan mahasiswa FEB yang melakukan belanja *online* di Shopee sekitar 247 dari jumlah populasi 365.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa Mahasiswa FEB UNP Kediri, terkait dengan kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan promosi menunjukkan bahwa terdapat beberapa mahasiswa yang menyatakan kualitas produk yang ada di Shopee sangat bagus dan sesuai dengan apa yang diharapkan, namun terdapat juga beberapa mahasiswa yang merasa kecewa mengenai kualitas barang yang di pesan melalui belanja *online* Shopee, karena barang yang datang tidak sesuai dengan ekspektasi atau tidak sesuai dengan keterangan pada gambar yang sudah disediakan oleh penjual Shopee, dalam hal tersebut membuat beberapa mahasiswa yang percaya dan kurang percaya berbelanja di Shopee dengan toko yang sama, selain itu mahasiswa juga sering kecewa akan waktu yang ditentukan oleh penjual karena tidak sesuai sehingga produk datang terlambat. Sedangkan terkait dengan promosi, mahasiswa sangat menyukai promosi yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee, karena banyaknya promosi yang ditawarkan Shopee sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk melakukan pembelian setiap bulannya, salah satu promosi yang paling mempengaruhi mahasiswa yaitu promosi *flash sale*, promosi puncak (promosi ini di lakukan tiap bulan), gratis ongkir dan lain sebagainya, karena hal tersebut membuat mahasiswa tertarik untuk melakukan pembelian di Shopee. Namun, ada juga beberapa mahasiswa yang merasa kecewa terkait promosi yang ditawarkan Shopee karena terdapat waktu tersendiri ataupun syarat dan ketentuan untuk mendapatkan promosi tersebut, sehingga membuat beberapa mahasiswa yang merasa tidak puas dan kecewa akan promosi yang ditawarkan Shopee.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian untuk meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa pada Situs Belanja *Online* Shopee.

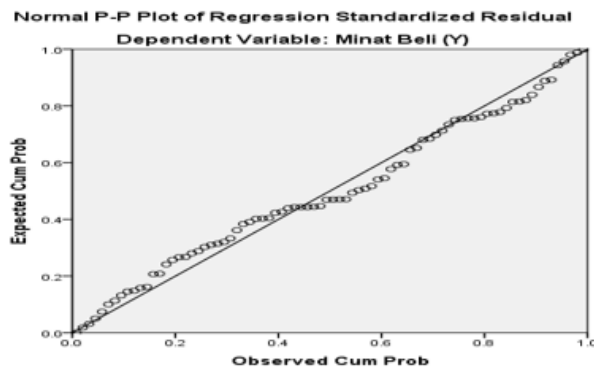
## METODE

Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan teknik deskriptif. Sampel yang diambil sebanyak 80 mahasiswa dari jumlah populasi 365 mahasiswa FEB UNP Kediri Angkatan 2018 dengan menggunakan teknik *purposive sampling* atau berdasarkan pada kriteria tertentu. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket yang disebarakan melalui bantuan google formolir kepada responden. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas

Digunakan untuk menilai apakah data yang digunakan sudah berdistribusi dengan normal. Berdistribusi normal apabila titik-titik tidak terlalu menyimpang jauh dari garis diagonal.



**Gambar 3. normal plot**

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan gambar 3, diperoleh hasil bahwa titik-titik yang ada pada garis diagonal tidak menyimpang jauh. Sehingga data dikatakan berdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

### Uji Multikolinearitas

Tujuannya untuk menguji apakah pada model regresi terjadi korelasi antara variabel independen. Dalam penelitian ini jika toleransinya lebih dari 10% dan VIF kurang dari 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil pengujian multikolinearitas yaitu pada gambar dibawah ini:

**Tabel 1. Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk (X1)	.459	2.178
Kepercayaan Konsumen (X2)	.494	2.025
Promosi (X3)	.551	1.814

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: data hasil perhitungan SPSS versi 23

Diketahui nilai tolerance variabel  $x_1 = 0,459 > 0,1$ ,  $x_2 = 0,494 > 0,1$ ,  $x_3 = 0,551 > 0,1$  dan nilai VIF yang diperoleh kurang dari 10, sehingga disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Autokorelasi

Digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara beberapa pengamatan yang dirancang secara runtut berdasarkan ruang dan waktu. Autokorelasi tidak terjadi ketika nilai  $d = 2$ , autokorelasi yang positif terjadi ketika nilai  $d = 0$  dan autokorelasi yang negatif terjadi apabila nilai  $d$  mendekati 4. Hasil pengujian autokorelasi dapat disajikan pada gambar dibawah ini:

**Tabel 2. Uji Autokorelasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	2.216

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Kepercayaan Konsumen (X2), Kualitas Produk (X1)

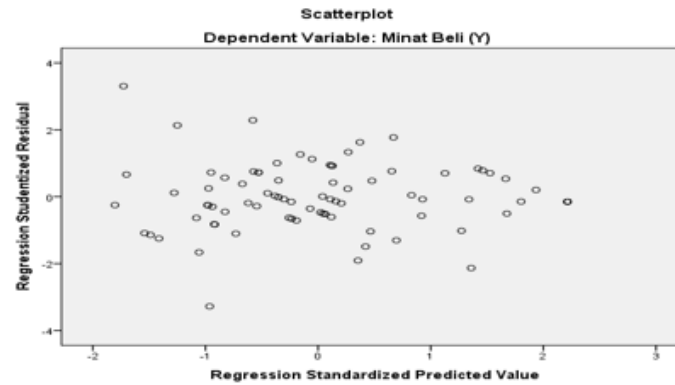
b. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 2, mendapatkan nilai DW sebesar 2,216. Nilai  $du$  ( $k = 3$ ,  $N = 80$ ) = 1,715 sehingga  $4 - du = 4 - 1,715 = 2,285$ , yang artinya nilai DW terletak antara  $du$  ( $1,715$ ) < DW ( $2,216$ ) <  $4-du$  ( $2,285$ ), atau nilai DW terletak setelah  $DU$  s/d  $4-DU$ , sehingga di simpukan tidak ada gejala autokorelasi.

### Uji Heterokedastisitas

Tujuannya untuk menguji apakah ada ketidaksamaan variasn residual yang diamati pada model regresi. Apabila pola tidak terbentuk dengan jelas, dan meluas secara acak pada angka 0 terhadap sumbu Y, maka disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas (10). Berikut hasil pengujian heteroskedastisitas:



**Gambar 4. Grafik Scatterplot**  
Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan gambar grafik *scatterplot* titik-titik tidak terbentuk pola dan menyebar meluas pada angka 0 terhadap sumbu Y. sehingga hal tersebut disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuannya untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, hasil regresi linier berganda disajikan pada tabel 3:

**Tabel 3. Hasil uji regresi linier berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.276	2.244		.569	.571		
Kualitas Produk (X1)	.228	.094	.259	2.428	.018	.459	2.178
Kepercayaan Konsumen (X2)	.169	.078	.223	2.168	.033	.494	2.025
Promosi (X3)	.328	.078	.408	4.189	.000	.551	1.814

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)  
Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel coefficients, pada kolom B nilai kualitas produk sebesar 0,228, nilai kepercayaan sebesar 0,169, dan nilai dari promosi sebesar 0,328, sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 1,276 + 0,228X_1 + 0,169X_2 + 0,328X_3$$

berdasarkan regresi diatas didapat hasil bahwa: a) konstanta = 1,276 nilai tersebut membuktikan bahwa variabel kualitas produk, kepercayaan dan promosi mempunyai arah koefisien yang bertanda positif pada minat beli sebesar 1,276. b) koefisien x1 = 0,228 menunjukkan jika variabel kualitas produk mengalami peningkatan 1% dengan sementara variabel kepercayaan dan promosi tetap, maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,228. koefisien x2 = 0,169 menunjukkan jika variabel kepercayaan mengalami peningkatan 1% sementara kualitas produk dan promosi tetap, maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,169. koefisien x3 = 0,328 menunjukkan jika variabel promosi mengalami peningkatan 1% sementara variabel kualitas produk dan kepercayaan maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,228.

### Uji t (Parsial)

Hal ini digunakan untuk melihat pengaruh parsial dengan tingkat sig 0,05 pada variabel independen pada variabel dependen. Hasil uji t sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji t ( Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.276	2.244			.569	.571
Kualitas Produk (X1)	.228	.094	.259		2.428	.018
Kepercayaan Konsumen (X2)	.169	.078	.223		2.168	.033
Promosi (X3)	.328	.078	.408		4.189	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4 diatas terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut: a) nilai sig variabel kualitas produk (x1) yaitu sebesar 0,018 < sig 0,05 dan t hitung 2,428 > t tabel 1,99 maka dan H1 diterima. Sehingga disimpulkan secara parsial variabel kualitas produk mempengaruhi minat beli; b) kepercayaan (x2) nilai signifikannya yaitu 0,033 < 0,05 dan t hitung 2,168 > t tabel 1,99 maka H2 diterima. Sehingga disimpulkan secara parsial variabel kepercayaan mempengaruhi minat beli; dan c) nilai sig variabel promosi (X3) yaitu 0,00 < 0,05 dan t hitung 4,189 > tabel 1,990 maka dan H3 diterima. Sehingga disimpulkan secara parsial variabel promosi mempengaruhi minat beli.

### Uji F (Simultan)

Digunakan untuk membuktikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan dengan nilai probabilitas < 0,05 maka Ha diterima. Berikut hasil pengujian uji F:

**Tabel 5. Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	470.172	3	156.724	38.446	.000 <sup>b</sup>
Residual	309.815	76	4.077		
Total	779.988	79			

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Kepercayaan Konsumen (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel uji F dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian secara simultan memperoleh nilai signifikan 0,00 < 0,05, dan nilai F hitung diperoleh 38,446 < F tabel 2,72. Sehingga kesimpulannya variabel kualitas produk, kepercayaan, dan promosi secara simultan mempengaruhi minat beli mahasiswa.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja Online Shopee

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk di uji secara parsial terhadap minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee, menghasilkan uji t sebesar 2,428 > t tabel 1,992 dan nilai signifikan sebesar 0,018 < 0,05, yang artinya variabel kualitas produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee. Kualitas produk yang ditawarkan oleh *ecommerce* Shopee sangat bagus dan sesuai dengan ekspektasi, membuat Mahasiswa FEB lebih tertarik melakukan belanja *online* menggunakan *ecommerce* Shopee dibandingkan dengan *ecommerce* lainnya. Sehingga minat beli mahasiswa pada *ecommerce* Shopee semakin tinggi. Selain itu hasil pengujian sesuai dengan penelitian sebelumnya (7), yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk dengan minat beli, dan dibuktikan dengan nilai sig 0,00 < 0,05. Hal ini juga diperkuat oleh (4) dengan hasil penelitiannya menyatakan secara parsial menegaskan adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli, dan dibuktikan juga dengan nilai signya 0,01 < 0,05.

Berdasarkan pembahasan diatas maka H1 diterima yang berarti secara parsial variabel kualitas produk mempengaruhi minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee.

### 2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja Online Shopee

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan di uji secara parsial terhadap minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee, menghasilkan uji t sebesar 2,168 > t tabel 1,992 dan nilai sig 0,033 < 0,05 yang berarti variabel kepercayaan dalam penelitian ini mempengaruhi minat beli

mahasiswa pada belanja *online* Shopee. Dengan adanya tanggungjawab atau kepercayaan yang sangat tinggi dari *ecommerce* Shopee membuat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri cenderung lebih percaya melakukan belanja *online* menggunakan *ecommerce* Shopee dibandingkan dengan *ecommerce* bukalapak ataupun *ecommerce* lainnya. Sehingga minat beli mahasiswa pada *ecommerce* Shopee sangat tinggi. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (9) yaitu kepercayaan mempengaruhi minat beli, dan hasil sig yang di peroleh  $0,029 < 0,05$ . Hal tersebut diperkuat oleh (11) yang mendapatkan nilai sig sebesar  $0,00 < 0,05$  yang berarti variabel kepercayaan juga mempengaruhi minat beli secara parsial.

Berdasarkan pembahasan diatas maka H2 diterima yang berarti secara parsial variabel kepercayaan mempengaruhi minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee.

### 3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja *Online* Shopee

Berdasarkan dari hasil penelitian variabel promosi di uji secara parsial terhadap minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee, yang memperoleh nilai  $t$  hitung  $4,189 > t$  tabel  $1,992$  dan nilai signya  $0,00 < 0,05$  yang berarti variabel promosi dalam penelitian secara parsial mempengaruhi minat beli pada belanja *online* Shopee. Promosi yang ditawarkan oleh *ecommerce* Shopee membuat mahasiswa FEB Universitas Nusantara PGRI Kediri lebih tertarik melakukan belanja *online* menggunakan *ecommerce* Shopee dibandingkan dengan *ecommerce* lainnya, sehingga minat beli mahasiswa pada *ecommerce* Shopee sangat tinggi. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (12) memperoleh hasil penelitian bahwa promosi mempengaruhi minat beli secara parsial, dibuktikan dengan nilai sig  $0,025 < 0,05$ . Hal tersebut diperkuat oleh (13) dengan hasil penelitiannya menjelaskan bahwa promosi mempengaruhi minat beli.

Berdasarkan pembahasan diatas maka H3 diterima yang berarti secara parsial variabel promosi mempengaruhi minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee.

### 4. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja *Online* Shopee

Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan promosi dalam waktu bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee. Hal tersebut berdasarkan dari hasil uji F, dengan membandingkan nilai dari  $F$  tabel dan  $F$  hitung, sehingga diperoleh nilai  $F$  hitung  $38,446 > F$  tabel  $2,72$  dan nilai signya  $0,00 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  di tolak, maka ada pengaruh antara variabel kualitas produk, kepercayaan, dan promosi terhadap minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee.

Kualitas produk menjadi suatu pertimbangan seseorang dalam menentukan minat beli pada *ecommerce* Shopee. Minat beli dari mahasiswa meningkat apabila kualitas dari produk ditingkatkan. Kepercayaan konsumen juga menjadi hal penting dalam menentukan minat beli seseorang. Karena jika konsumen memiliki percaya yang amat tinggi terhadap penjual, maka konsumen tidak bakal meragukan lagi untuk melakukan pembelian ulang. Tingginya promosi yang ditawarkan oleh penjual, maka minat beli mahasiswa akan semakin meningkat. Dengan adanya kualitas produk, kepercayaan dan promosi yang ditawarkan oleh *ecommerce* Shopee sangat tinggi, membuat mahasiswa FEB UNP Kediri cenderung memilih belanja *online* menggunakan *ecommerce* Shopee dibandingkan dengan *ecommerce* lainnya. Sehingga minat beli mahasiswa FEB UNP Kediri pada *ecommerce* Shopee sangat tinggi. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (5) yang mendapatkan hasil bahwa dalam waktu bersamaan variabel kualitas produk, kepercayaan dan promosi mempengaruhi minat beli. selanjutnya diperkuat juga oleh (14) yang mendapatkan sig sebesar  $0,00 < 0,05$ , yang mengartikan bahwa dalam waktu bersamaan variabel kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan promosi mempengaruhi keputusan pembeli.

Berdasarkan dari data diatas menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, kepercayaan, dan promosi terhadap minat beli atau  $H_4$  diterima. Dengan meningkat kualitas produk, kepercayaan konsumen dan promosi maka akan berpengaruh pada minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee.

Berdasarkan dari data diatas maka  $H_4$  diterima yang mengartikan bahwa adanya peningkatan kualitas produk, kepercayaan dan promosi maka akan mempengaruhi minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee.

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil uji  $t$  diketahui nilai signifikan kualitas produk sebesar  $0,18 < 0,05$  dimana  $t$  tabel  $1,992 < t$  hitung  $2,428$  maka variabel kualitas produk mempengaruhi minat beli secara parsial. Variabel kepercayaan diketahui nilai sig  $0,033 < 0,05$  dan  $t$  tabel  $1,992 < t$  hitung  $2,168$  maka variabel kepercayaan mempengaruhi minat beli secara parsial. Variabel promosi diketahui nilai sig  $0,00 < 0,05$  dimana  $t$  tabel  $1,992 < t$



hitung 4,189 maka variabel promosi mempengaruhi minat beli secara parsial. Sedangkan dari uji F diketahui nilai sig sebesar  $0,00 < 0,05$  dimana  $F \text{ tabel } 2,72 < F \text{ hitung } 38,446$  maka variabel kualitas produk, kepercayaan dan promosi mempengaruhi minat beli mahasiswa pada belanja *online* Shopee secara simultan.

#### DAFTAR RUJUKAN

1. Rerung RR. E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta: CV Budi Utama; 2018.
2. iprice.com. Daftar 50 Website & E-Commercw di Indonesia [Internet]. www.iprice.com. 2021 [cited 2021 Jan 11]. Available from: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
3. Priansah DJ. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta, CV; 2017. 164 p.
4. Satria AA. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. J Manaj. 2017;2(April).
5. Alftris TD. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli K-pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang). 2014;
6. Daulay R, Handayani S, Ningsih IP. Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. J homepage [Internet]. 2020;1177. Available from: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
7. Santi ER, Supriyanto A. Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Bandar D'Licious). Sains Manaj. 2020;2(1):47–56.
8. Anwar R, Adidarma W. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minata Beli Belanja Online. J Manaj Dan Bisnis Sriwajaya. 2016;14:2.
9. Widhiani A, Idris. Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Situs Bukalapak ( Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro ). J Manaj. 2018;7:1–6.
10. Solihin D. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. 2020;4(1):26–37.
11. Adhawiyah N, Yuniati T. Pengaruh harga, promosi, kepercayaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee. J Ilmu dan Ris Manaj. 2018;7.
12. Shafitri M, Aryani L, Nobelson. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. Ris Nas Ekon Manajemen, dan Akunt. 2021;2:201–12.
13. Razak I. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome Di Propinsi Dki Jakarta. J Manaj Bisnis Krisnadwipayana. 2016;4(2):1–8.
14. Dwiarta IMB. Pengaruh kualitas produk, kepercayaan konsumen dan promosi terhadap kepuasan konsumen pt. varia usaha beton di sidoarjo. Maj Ekon. 2016;(1411):46–60.