



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH *BRAND TRUST* DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA

ARJUNA ARYA SAKTI



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Efek Moderasi Tingkat Literasi Pada Pengguna Aplikasi E-commerce di Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, April 2025

Arjuna Arya Sakti
H24190005

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ARJUNA ARYA SAKTI. Pengaruh Brand Trust dan Tingkat Literasi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Pengguna Aplikasi Tokopedia. Dibimbing oleh BUDI PURWANTO

Seiring perkembangan teknologi pada sektor digital membuat munculnya peralihan dari metode penjualan tradisional menjadi digital. Penjualan barang secara digital ini dikenal dengan nama *e-commerce* dan salah satu penyedia layanan *e-commerce* di Indonesia adalah Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik responden, mengukur tingkat literasi keuangan, serta menganalisis pengaruh literasi keuangan, *brand trust*, dan keputusan pembelian pengguna aplikasi Tokopedia di Indonesia. Peneliti mengambil data dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode yang peneliti gunakan adalah analisis deskriptif dengan Excel dan SEM-PLS dengan menggunakan SmartPLS. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Tingkat literasi pengguna aplikasi Tokopedia di Indonesia adalah sebesar 83 dengan kategori *well literate*, (2) literasi keuangan dan *brand trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*.

Kata kunci: literasi keuangan, *brand trust*, keputusan pembelian, pengguna aplikasi Tokopedia

ABSTRACT

ARJUNA ARYA SAKTI. The Influence of Brand Trust and Literacy Level on Purchasing Decisions by Tokopedia Application Users. Supervised by BUDI PURWANTO

Along with the development of technology in the digital sector, traditional sales methods have become digital. Digital sales of goods are known as *e-commerce* and one of the *e-commerce* service providers in Indonesia is Tokopedia. This study aims to identify the characteristics of respondents, measure the level of financial literacy, and analyze the influence of financial literacy, brand trust, and purchasing decisions of Tokopedia application users in Indonesia. Researchers took data using non-probability sampling techniques with purposive sampling methods. The method used by researchers is descriptive analysis with Excel and SEM-PLS using SmartPLS. The results of this study are (1) The literacy level of Tokopedia application users in Indonesia is 83 with the well literate category, (2) financial literacy and brand trust have a positive and significant influence on purchasing decisions, (3) financial literacy has a positive and significant influence on brand trust.

Keywords: financial literacy, brand trust, purchase decisions, Tokopedia application users



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH BRAND TRUST DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA

ARJUNA ARYA SAKTI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Pindang Matoati, S.E., M.Sc.
2. Eka Dasra Viana, SE, Ak, M.Acc



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Trust Dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Pembelian oleh Pengguna Aplikasi Tokopedia

Nama : Arjuna Arya Sakti

NIM : H24190005

Disetujui oleh

Pembimbing:

Ir. Budi Purwanto, M.E

Diketahui oleh

Ketua Departemen

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut, MM

NIP. 19781213 200604 1 001

Tanggal Ujian:
11 Juni 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta 'Ala atas segala karunia-Nya sehingga karya tulis ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak Agustus 2023 hingga Juni 2024 ini adalah keuangan dan pemasaran, dengan judul “Pengaruh Brand Trust Dan Tingkat Literasi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Pengguna Aplikasi Tokopedia”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada

1. Ayah Musa, dan Ibu Eni Sulistiyowati yang telah menemani dan mendorong untuk dapat menyelesaikan tugas akhir hingga tuntas
2. Dr. Ir. Budi Purwanto, M.E. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, doa, dan motivasi kepada penulis
3. Sahabat dan teman-teman yang telah membantu dan mendukung selama masa skripsi

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Juni 2025

Arjuna Arya Sakti

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Literasi Keuangan	8
2.2 Brand Trust	8
2.3 Keputusan Pembelian	8
2.4 Rational Consumer Behaviour	9
2.5 Penelitian Terdahulu	9
III METODE	11
3.1 Kerangka Pemikiran	11
3.2 Waktu dan Tempat	13
3.3 Alat dan Bahan	13
3.4 Metode Penarikan Sampel	13
3.5 Variabel Operasional	13
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	14
3.7 Hipotesis	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	16
4.2 Karakteristik Responden	16
4.3 Tingkat Literasi Keuangan Pengguna Aplikasi Tokopedia di Indonesia	20
4.4 SEM PLS	23
4.5 Implikasi Manajerial	33
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	38
RIWAYAT HIDUP	56



DAFTAR TABEL

1	Variabel Operasional	13
2	Hasil uji validitas dan realibilitas	16
3	Jenis Kelamin	17
4	Usia	17
5	Domisili	17
6	Tingkat Pendidikan	18
7	Pekerjaan	18
8	Pendapatan dan Pengeluaran	19
9	Frekuensi dan Nominal Pembelian	20
10	Tingkat literasi keuangan pengguna aplikasi Tokopedia	20
11	Tingkat literasi keuangan berdasarkan pengetahuan keuangan	22
12	Tingkat literasi keuangan berdasarkan sikap keuangan	22
13	Tingkat literasi keuangan berdasarkan perilaku keuangan	23
14	<i>Outer Loading</i> Literasi Keuangan	25
15	<i>Outer Loading Brand Trust</i>	25
16	<i>Outer Loading</i> Keputusan Pembelian	26
17	Nilai Avarage Variance Extracted (AVE)	29
18	Nilai Fornell-Lacker Criterion	29
19	Nilai Cross Loadings	29
20	Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	30
21	Nilai R-Square	31
22	Nilai <i>path coefficient</i>	31
23	Nilai <i>path coefficient</i> hasil <i>indirect effect</i>	32

DAFTAR GAMBAR

24	Jumlah pengunjung digital e-commerce	3
25	Indeks Literasi Keuangan Indonesia	4
26	Peringkat Unduhan Playstore Tokopedia	5
27	Kerangka pemikiran	12
28	Kerangka Hipotesis	15
29	Outer model sebelum dilakukan dropping	24
30	Outer model setelah dilakukan proses dropping	27

DAFTAR LAMPIRAN

31	Lampiran 1 Penelitian Terdahulu	38
32	Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	40
33	Lampiran 3 Variabel Operasional	42
34	Lampiran 4 Kuesioner	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.