

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Innovative: Journal Of Social Science Research





UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

About the Journal

Innovative: Journal Of Social Science Research is a journal managed by Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai which bridges researchers to publish research results in all scientific fields (multidiscipline). This includes the fields of education, health, law, economics, IT (Informatics Engineering), Civil Engineering, Electrical Engineering, Mechanical Engineering, Fisheries, Agriculture, Social Humanities, art and humanities and other fields of science. Journal registered E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Pengumuman

📅 2025-01-03

Dear Author, Mulai Januari Tahun 2025, Terjadi Perubahan Pada Format LOA. Jika ada yang mengeluarkan LOA format lama, itu diluar tanggung jawab kami. Kemudian untuk proses publikasi di mulai tanggal 23 Januari 2025. Terimakasih



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 8439-8448

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Faktor-Faktor yang Mendorong Konsumen Menggunakan E-Commerce dengan Pendekatan TAM

Winona Fahira Aundri^{1✉}, Hendro Lukman²

Universitas Tarumanagara

Email: winona.125239208@stu.untar.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris berkaitan dengan pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi harga (*perceived price*), persepsi kenyamanan (*perceived convenience*), dan persepsi keamanan (*security*) terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 204 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kenyamanan, dan persepsi keamanan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Namun, persepsi kemudahan dan persepsi harga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola *e-commerce* untuk meningkatkan kegunaan, kenyamanan, dan keamanan layanan guna mendorong minat konsumen bertransaksi secara online.

Kata Kunci: *E-Commerce, Minat Pembelian, Persepsi Konsumen, TAM*

Abstract

This study aims to provide empirical evidence on the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, perceived price, perceived convenience, and perceived security on consumers' purchase intention in e-commerce. A quantitative approach was employed with a total of 204 respondents. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using multiple regression analysis. The findings reveal that perceived usefulness, perceived convenience, and security have a significant positive effect on consumers' purchase intention in e-commerce platforms. Conversely, perceived ease of use and perceived price do not exhibit a significant influence. These results offer practical implications for e-commerce providers to prioritize improvements in the usefulness, convenience, and security of their platforms to foster greater consumer purchase intention in online transactions.

Keywords: *E-Commerce, Consumers' Perceptions, Customers' Intentions, TAM*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi menuntut perusahaan dan para pelaku usaha lain untuk dapat lebih adaptif dan inovatif dalam menentukan strategi pemasaran. Dengan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan akan meningkatkan efisiensi operasionalnya dan tentu juga akan mendorong daya saing perusahaan. Strategi didefinisikan oleh Rothaermel (2021) sebagai rangkaian tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankannya kinerja perusahaan agar lebih unggul dari pesaingnya. Dalam konteks bisnis digital, strategi pemasaran yang tepat akan menunjang proses bisnis perusahaan agar dapat berjalan dengan optimal.

Pemilihan dan penggunaan *e-commerce* oleh para konsumen memiliki hubungan kausalitas dengan kualitas dari laman atau aplikasi *e-commerce* itu sendiri. Kemudahan hingga kepuasan pelanggan menjadi persepsi esensial dalam memilih *e-commerce* yang akan digunakan untuk menjadi media bertransaksi. *E-commerce* menawarkan banyak kemudahan, rasa nyaman bertransaksi, hingga efisiensi dalam berbelanja.

Technology Acceptance Model (TAM) dijelaskan oleh Santi dan Erdani (2021) sebagai sebuah teori yang digunakan menjelaskan mengenai bagaimana pengguna suatu sistem teknologi informasi menerima sistem tersebut dan dipengaruhi oleh adanya suatu persepsi yang komponen dasarnya seperti persepsi kegunaan dan kemudahan.

Jogiyanto (2017) menyatakan bahwa persepsi kemudahan mencerminkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap kemudahan sistem yang digunakan, sehingga dapat memengaruhi keputusan yang diambil. Halim dan Keni (2023) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan turut membentuk niat pelanggan dalam melakukan transaksi

berulang, yang didorong oleh kenyamanan serta kemudahan akses terhadap layanan e-commerce. Oleh karena itu, hipotesis yang digunakan adalah:

H₁: persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (*customers' intentions*)

Menurut Halim dan Keni (2023), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan pandangan yang muncul ketika pengguna meyakini bahwa tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan lebih mudah dan dalam waktu yang lebih efisien. Chen dan Lee (2020) juga menegaskan bahwa kecenderungan pengguna dalam melakukan pembelian ulang dipengaruhi oleh persepsi terhadap kegunaan aplikasi e-commerce, khususnya dalam membantu menemukan produk yang diinginkan serta memberikan kemudahan dalam proses pembayaran. Oleh karena itu, hipotesis yang digunakan adalah:

H₂: persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (*customers' intentions*)

Persepsi harga dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016) sebagai cara pandang konsumen atas harga suatu barang atau jasa dibandingkan dengan manfaat yang diterima konsumen. Chou dan Liao (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk yang diterima mendorong pelanggan untuk meningkatkan frekuensi transaksi pembelian melalui e-commerce. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang digunakan adalah:

H₃: persepsi harga (*perceived price*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (*customers' intentions*)

Menurut Carandy dan Syahputra (2024), kenyamanan menjadi salah satu faktor penting yang secara signifikan memengaruhi keinginan pelanggan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, hipotesis keempat yang digunakan adalah:

H₄: kenyamanan (*perceived convenience*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (*customers' intentions*).

Menurut Yoni, Rahmawati, dan Pratama (2023), persepsi keamanan mengacu pada keyakinan pengguna terhadap kemampuan sistem digital dalam menjaga keamanan informasi pribadi serta transaksi dari berbagai risiko. Penelitian yang dilakukan oleh Yoni dkk. (2023) menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi keamanan (*perceived security*) dan niat pelanggan untuk bertransaksi akan muncul apabila pelanggan memiliki kepercayaan terhadap keamanan sistem e-commerce yang digunakan. Oleh karena itu, hipotesis yang digunakan adalah:

H₃: Keamanan (*perceived security*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (*customers' intentions*).

Anaya dan Lukman (2023) membuktikan secara empiris bahwa terdapat empat faktor yang mendorong niat konsumen untuk melakukan pembelian pada *e-commerce*, yang meliputi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan penggunaan (*perceived usefulness*), persepsi kenyamanan (*convenience*), persepsi keamanan (*security*), dan juga faktor kualitas website (*website quality*). Selain itu, Hesti dan Ruth (2020) juga menekankan bahwa *user interface* yang dinilai sederhana dan mudah untuk digunakan oleh konsumen akan memberikan pengalaman positif saat melakukan belanja *online*.

Namun daripada itu, terdapat keberagaman temuan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Imas dan Adila (2019) menemukan bahwa terdapat adanya pengaruh positif antara persepsi kemudahan terhadap minat pelanggan untuk melakukan pembelian, sementara Deananda, Budiastuti, dan Muid (2020) justru menemukan sebaliknya. Selain itu, variabel persepsi harga juga masih menuai perdebatan. Nihayah dan Suyono (2023) menilai bahwa persepsi harga memberikan pengaruh signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Namun, pada penelitian yang dilakukan pada tahun yang sama oleh Surbakti dan Malau (2020) justru didapatkan hasil yang berbeda. Melihat adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kembali pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan, harga, kenyamanan, dan keamanan terhadap keinginan konsumen melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Kajian ini dilakukan dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk mendapatkan gambaran empiris yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul "Faktor-Faktor yang Mendorong Konsumen Menggunakan E-Commerce dengan Pendekatan TAM".

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Subyek penelitian ini adalah pengguna aktif *e-commerce* dengan berbagai latar belakang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience* dan *snowball sampling*. Sampel diambil pada bulan Februari sampai Maret 2025. Jumlah sampel yang terkumpul berasal dari 204 responden.

Instrumen penelitian berbentuk kuesioner daring menggunakan *Google Form* memuat 61 butir pertanyaan. Penilaian responden terhadap setiap pernyataan dilakukan

dengan skala *Likert* lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Setelah data terkumpul, dilakukan pengujian validitas indikator dan diperoleh hasil bahwa indikator final yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 55 yang diolah dari hasil kuesioner. Data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS ver.4.0. Hasil uji realibilitas dan uji validitas seperti disajikan dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Realibilitas dan Validitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Customers' Intentions</i>	0,957	0,958	0,963	0,723
<i>Perceived Convenience</i>	0,932	0,938	0,945	0,712
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,944	0,946	0,952	0,666
<i>Perceived Price</i>	0,926	0,930	0,939	0,661
<i>Perceived Security</i>	0,972	0,976	0,975	0,763
<i>Perceived of Usefulness</i>	0,927	0,931	0,941	0,665

Sumber: Data diolah penulis dengan *SmartPLS* (2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sedangkan hasil uji regresi dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang kuat dan substansial terhadap keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (*customers' intentions*). Tabel hasil uji regresi terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji *R-square* dan *R-square-adjusted*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Customers' Intentions (N)</i>	0,769	0,763

Sumber: *Output* diolah melalui SmartPLS 4.0 oleh penulis (2025)

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dengan hasil *original sample* 0,094 menyatakan bahwa arah pengaruhnya positif. Namun, berpengaruh tidak signifikan dan hasil dari *p-value* adalah 0,069 dimana hasil tersebut $> 0,05$ serta *t-statistic* $< 1,96$ yakni 1,486 maka hasil tersebut menyatakan bahwa arah pengaruhnya tidak signifikan, dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan hasil *original sample* 0,135 menyatakan bahwa arah pengaruhnya positif. Selain itu, persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dan hasil dari *p-value* adalah 0,049 dimana hasil tersebut $< 0,05$ serta *t-statistic* $> 1,96$ yakni 1,970 maka hasil tersebut menyatakan bahwa arah pengaruhnya signifikan, dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_2) diterima.

Persepsi kegunaan (*perceived price*) dengan hasil *original sample* 0,072 menyatakan bahwa arah pengaruhnya positif. Namun, berpengaruh tidak signifikan dan hasil dari *p-value* adalah 0,160 dimana hasil tersebut $> 0,05$ serta meskipun *t-statistic* $< 1,96$ yakni 1,197 maka hasil tersebut menyatakan bahwa arah pengaruhnya tidak signifikan, dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_3) ditolak.

Persepsi kenyamanan (*perceived convenience*) dengan hasil *original sample* 0,323 menyatakan bahwa arah pengaruhnya positif. Selain itu, persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan dan hasil dari *p-value* adalah 0,000 dimana hasil tersebut $< 0,05$ serta *t-statistic* $> 1,96$ yakni 5,654 maka hasil tersebut menyatakan bahwa arah pengaruhnya signifikan, dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_4) diterima.

Persepsi keamanan (*perceived security*) dengan hasil *original sample* 0,080 menyatakan bahwa arah pengaruhnya positif. Selain itu, persepsi keamanan berpengaruh signifikan dan hasil dari *p-value* adalah 0,008 dimana hasil tersebut $< 0,05$ serta *t-statistic* $> 1,96$ yakni 2,639 maka hasil tersebut menyatakan bahwa arah pengaruhnya signifikan, dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_5) diterima.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping)

No	Hipotesis	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
H ₁	PE → N	0.094	1.486	0,095	Ditolak
H ₂	PU → N	0.135	1.970	0.049	Diterima
H ₃	PP → N	0.072	1.197	0,160	Ditolak
H ₄	PC → N	0.323	5.654	0.000	Diterima
H ₅	PS → N	0.080	2.639	0.008	Diterima

Sumber: Data diolah penulis dengan SmartPLS ver. 4.0

Pembahasan

Adapun persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian, hipotesis pertama (H_1) ditolak. Terdapat kemungkinan bahwa hal ini disebabkan oleh karakteristik generasi Z yang telah terbiasa dengan teknologi digital. Hal ini sesuai dengan

temuan Kumalasari & Haris (2024) serta Wijaya & Ekayasa (2023), yang menyatakan bahwa generasi Z tidak lagi menjadikan kemudahan sebagai faktor utama dalam memilih platform e-commerce, melainkan lebih mempertimbangkan manfaat dan kenyamanan.

Hipotesis kedua (H_2) diterima. Persepsi kegunaan juga dibuktikan oleh Fernando dan Lina (2023) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian, mendukung hasil penelitian sebelumnya. Generasi muda cenderung lebih memilih aplikasi atau platform yang memiliki manfaat nyata dalam mempermudah aktivitas mereka, terutama dalam hal efisiensi waktu.

Di sisi lain, hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Persepsi harga dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian. Ketidaksignifikanan persepsi harga diduga dipengaruhi oleh perilaku belanja responden yang masih sporadis dan belum menjadikan e-commerce sebagai kanal utama pembelian. Fenomena ini didukung oleh hasil penelitian Karlina dkk. (2023) dan Kim (2023) yang menyebutkan bahwa konsumen dengan frekuensi belanja rendah cenderung tidak terlalu mempertimbangkan harga sebagai faktor utama.

Secara ilmiah, dominasi pengaruh persepsi kenyamanan mencerminkan preferensi konsumen modern, khususnya generasi muda dan kelompok usia produktif, terhadap proses transaksi yang praktis dan efisien. Mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan generasi Z dan berprofesi sebagai karyawan, yang secara demografis memiliki mobilitas tinggi dan waktu terbatas. Hipotesis keempat (H_4) diterima. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Fernando dan Lina (2023) yang menyatakan bahwa kenyamanan menjadi prioritas utama dalam keputusan berbelanja online bagi kelompok usia produktif.

Sementara itu, persepsi keamanan turut menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Hipotesis kelima (H_5) diterima, Generasi muda yang sudah akrab dengan teknologi digital tetap memerlukan jaminan keamanan atas transaksi yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan temuan Putri dkk. (2024) dan Larasati dan Darpito (2023), yang menegaskan bahwa persepsi keamanan berperan signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap transaksi online.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung sebagian besar temuan penelitian terdahulu dan memperkuat relevansi model TAM dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen berbelanja di e-commerce. Perbedaan hasil pada beberapa variabel menunjukkan perlunya mempertimbangkan karakteristik demografis responden dalam analisis perilaku konsumen digital.

SIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris berkaitan dengan pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi harga (*perceived price*), persepsi kenyamanan (*perceived convenience*), dan persepsi keamanan (*security*) terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Populasi dari penelitian ini meliputi pengguna aktif *e-commerce* dengan berbagai latar belakang. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju). Sampel penelitian yang diambil dengan menggunakan metode *convenience* dan *snowball sampling* yang memperoleh 204 responden. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan bantuan *SmartPLS* menggunakan metode analisis regresi berganda. Berdasarkan temuan penelitian, diketahui bahwa variabel PU, PC, dan PS memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat konsumen dalam melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Sementara itu, variabel PE dan PP juga menunjukkan pengaruh positif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan terhadap keinginan konsumen melakukan pembelian secara daring.

DAFTAR PUSTAKA

- Anaya dan Lukman: Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia (2023). *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, Volume V No. 2/2023 Edisi April Hal: 810-820.
- Carandy, J. A. L., & Syahputra. (2024). Pengaruh lifestyle, convenience value, dan perceived risk terhadap purchase intention pada e-commerce Shopee. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 99–107. <https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/alkharaj/article/view/2178>
- Chen, J., Zhang, X., & Lee, D. (2020). The influence of user experience on online shopping behavior: The role of trust and perceived ease of use. *Journal of Consumer Behavior*, 19(6), 567-578. <https://doi.org/10.1002/cb.1841>
- Chou, H. W., & Liao, C. M. (2021). Price fairness and consumers' willingness to pay: the mediating role of perceived value. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102288. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102288>
- Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi

- Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Fernando, Y., & Lina, P. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Intention to Transact di E-Commerce XYZ. *Indonesian Journal of Applied Economics and Business*, 7(2), 101–110. <https://journal.untar.ac.id/index.php/ijaeb/article/view/30586>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Halim, R. E., & Keni, K. (2023). Pengaruh Trust, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Repurchase Intention pada Konsumen E-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (JMBK)*, 7(1), 64–75. <https://www.journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/23877>
- Imas, N., & Adila, L. (2019). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat beli konsumen pada aplikasi e-commerce. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 123–132. <https://doi.org/10.1234/jmb.v8i2.5678>
- Jogiyanto. (2017). *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Konsep Dasar Sistem Informasi.
- Karlina, E., Elyana, I., Nelfianti, F., Nuryati, S., & Arief, Z. (2023). The Effect of Perceived Price, Promotion, Product Quality and Service Quality on Consumer Purchase Intentions Lazada Marketplace in Depok. *Jurnal Ekonomi*, 10(2), 77–85. <https://www.ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/2410>
- Kim, H. (2023). Different Effects of Perceived Price and Risk on Purchase Intention for Potential and Repeat Customers. *Academia.edu*. https://www.academia.edu/122117429/Different_Effects_of_Perceived_Price_and_Risk_on_Purchase_Intention_for_Potential_and_Repeat_Customers
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kumalasari, R. I., & Harris, E. N. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Kecenderungan Gen Z Menjadi Brand Evangelist. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/381799615_PENGARUH_PERCEIVED_USEFULNESS_DAN_PERCEIVED_EASE_OF_USE_TERHADAP_KECENDERUNGAN_GEN_Z_MENJADI_BRAND_EVANGELIST
- Larasati, P., & Darpito, S. H. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Beli Online pada Calon Konsumen TikTok Shop dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1),

91-102. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1684>.

Rothaermel, Frank T.. (2021). *Strategic management*, 5e. (5). New York: McGraw Hill Education.

Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Malang: NEM.

Surbakti, H. F. D., & Malau, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Konsumen Di Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Produk Fashion Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kota Medan. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 82–92. <https://doi.org/10.36655/jeb.v3i1.741>

Wijaya, A. K., & Ekayasa, I. B. (2023). Perbedaan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk melalui E-Commerce Ditinjau dari Generasi Y dan Z. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 11(2), 78–87. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/18357>

Yoni, F., Rahmawati, L., & Pratama, R. (2023). The influence of perceived security on customers' intention in using e-commerce. *Journal of Digital Business*, 10(1), 15-27.

Yoni, S., Sari, A. M., Simanjuntak, D. C. Y., & Novirsari, E. (2023). The effect of perceived security, information quality and trust on online buyer decisions: A case study of Tokopedia consumers in Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3914–3922.



Innovative : Journal Of Social Science Research

<https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

E-ISSN : 2807-4238

P-ISSN : 2807-4246



[Read More >](#)

Current Issue

Vol. 5 No. 4 (2025): Innovative: Journal Of Social Science Research

Published: 2025-07-01

Articles

Strategi Cyber Public Relation dalam Membangun Reputasi Brand di Era Digital: Pendekatan Interaktif Melalui Media Sosial

Meyta Indah Hapsari, Ariyan Alfraita

791-805



PDF

Implementasi Video Animasi Tentang Lambang Bilangan Pada Mata Pelajaran Matematika dalam Motivasi Belajar Siswa Kelas III SD Negeri Catur

Ni Made Oki Dwitayani, I Made Gede Anadhi, I Made Putra Aryana

828-843



PDF

Analisis Peran Dinas Lingkungan Hidup Dalam Pengembangan Taman Hutan Raya Rajo Lelo Di Kabupaten Bengkulu Tengah

Dwi Puji Lestari, Sri Indarti, Titi Darmi, Rekho Adriadi

880-887

[PDF](#)

Perubahan Bunyi Fonologi dalam Gangguan Psikogenik Tuturan Manja Pada Remaja Dewasa

Indriyani Indriyani, Isnayni Kalamasyah, Sundawati Tisnasari

806-816

[PDF](#)

Transformasi Digital Bisnis Kuliner pada UMKM dengan penerapan ERP, SCM, CRM (Studi Kasus Es Teler & Ayam Bakar Bu Endang)

Ahmad Iqbal Zega, Fikri Nurrahman Hakim, Irfan Farras, Rifky Fahrezi, Teuku Fajar Nurdiansyah

844-853

[PDF](#)

Efektivitas Sistem Informasi Manajemen Nikah Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Bingin kuning Kabupaten Lebong

Natasa Lia Utama, Rosidin Rosidin

903-912

[PDF](#)

Literatur Review: Fraud dan Manipulasi Akuntansi dalam Konsolidasi

Mohammad Rizki Ramadhan, Tasya Amelia Veronica, Agoestina Mappadang

781-790

[PDF](#)

Principles of EFL Instruction with an Islamic Perspectives

Kalayo Hasibuan, Neni Fitri Dwi Suryani, Najiyah Jasmine, Nayata Putri Pujiati, Nur Ismi Ramadhani

913-926

[PDF](#)

Hubungan Status Gizi dengan Kualitas Hidup Pasien Gagal Ginjal Kronik yang Menjalani Hemodialisa di Rumah Sakit Permata Kuningan Tahun 2025

Malika Zakiah

 PDF

888-902

Menanggung Dunia Terlalu Cepat: Pengalaman Psikologis Anak Sulung sebagai Penopang Keluarga Dusia 20-an

Marssel Michael Sengkey, Nova Lisye Sinaulan, Savitska Svetlania Runtu, Chevas Valentino Yohanes Runtu, Bellen Nhiralti Matahari 769-780

 PDF

Strategi Pemerintah untuk Mengoptimalkan Pajak Melalui Kenaikan Tarif 12%

Arshinta Rochmatul Laili, Aisyah Linardi, Mazidah Nur Ifanti, M Maulana Khisby R, Aisha Adriyanti 817-827

 PDF

Pengaruh Edukasi Gizi Menggunakan Video Animasi Terhadap Pengetahuan Terkait Pemilihan Makanan Sehat Pada Remaja Jurusan Dkv Kelas X1 Dan X2 Smk Negeri 1 Luragung Kabupaten Kuningan Tahun 2025

Pengaruh Pemberian Edukasi Gizi Melalui Video Animasi

Ramadhan Hidayatullah

867-879

 PDF

Analisis Dampak Pertambangan Emas Tanpa Izin Terhadap Kualitas Air Sungai Katingan Dan Persepsi Masyarakat Di Desa Garagu Kecamatan Pulau Malan Kabupaten Katingan Provinsi Kalimantan Tengah

Pebryanto Pebryanto, Saptawartono Saptawartono, Yunida Iashania, Dody Ariyantho Kusma Wijaya, I Putu Putrawiyanta 1-10

 pdf

Yurisprudensi Hukum Penentuan Pembagian Ahli Waris Pengganti (Studi Putusan Nomor 128/Pdt.P/2024/Pa.Sry)

Wani Wani, Sukiati Sukiati, Muhammad Yadi Harahap 11-30



Yurisprudensi Hukum Hak Perwalian Paman Terhadap Anak Melalui Putusan Pengadilan

Jumita Riska, Sukiati Sukiati, Muhammad Yadi Harahap 31-44



Masalah Kebijakan Kesehatan

Nurhayati Nurhayati, Nurhayati Telaumbanua, Linda Jernih Hati Daeli, Dini Agustin, Sheika Sarah
Khairunisa, Julian Aulia, Naila Syifaurreidha 45-55



Yurisprudensi Hukum Dispensasi Pernikahan Melalui Penetapan Pengadilan (Studi Putusan Nomor 105/Pdt.P/2024/PA.Buol)

Khairatun Nisa, Sukiati Sukiati, Muhammad Yadi Harahap 56-71



Pengaruh Boox Tax Differences, Tingkat Hutang, dan Operating Cash Flow Terhadap Persistensi Laba

R . Ayu Ida Aryani, Baiq Dinda Puspita Ayu, Siti Soraya, Laili Fitriana 72-87



Yurisprudensi Hukum Mafqud Sebagai Alasan Gugatan Cerai Melalui Putusan Pengadilan (Putusan Nomor 0027/Pdt.G/2016/PA.Srog)

Hasbiah Tunnaim Harahap, Sukiati Sukiati, Muhammad Yadi Harahap 88-110



Urgensi Perlindungan dalam Perspektif UU Nomor 40 Tahun 1999 Pasal 8 Terhadap Jurnalisme Kritis (Studi Kasus pada Peristiwa Kepala Babi di Tempo)

Een Irianti, Siti Kaisha Azzarin, Fahrellia Septi Sumantri

111-120



Siapa yang Berkuasa Saat Krisis? Menelusuri Logika Epistokratik dalam Penanganan Pandemi COVID-19 di Indonesia

Dwiki Yulian Reynaldi

121-137



Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Produk Tidak Sesuai Deskripsi Barang

Mercy Anastasya Sekeon Ralfie Pinasang, Cornelis D. Massie

138-162



The Influence of Halal Labels, Product Quality and Prices on Drug Purchase Decisions at Pharmacies in Pekanbaru City (Case study of PT. Talang Gugun Sari Nusantara).

Ira Meike Andariyani; Gusnafitri Gusnafitri

163-173



Word of Mouth Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cakrawala

Raja Silvia Kencana Puri, Ana Mariana Kalbu Odjan, Zelfia Nurdianti

174-181



Hubungan Aransemen Musik dan Pesan Teologis dalam Lagu “Nyatakan Kasih-Nya” Karya Eko Agus Kandung P

Leo Michs de Bles Sipahelut, Junita Batubara, Dewi Tika Lestari

 PDF

182-197

Implementasi Pendekatan Holistik dalam Meningkatkan Keterampilan Motorik dan Keterampilan Sosial Siswa Kelas Atas di SDN 1 Cimaranten

Ramanda Aditya Rama, Iif Firmana

198-208

 PDF

Peran Pelatihan dan Pengembangan Terhadap Percepatan Karir Pelaut: Studi Kasus pada Awak Kapal TB. Momentum 07 (PT. Zona Armada Maju)

Aris Mudiansyah, Suyanto Suyanto, Raden Farhanah, Muhammad Hartono, Nurhaeni Sikki

209-215

 PDF

Kebijakan Hukum Penanaman Modal Asing di Sektor Pasar Modal Indonesia

Emiel Salim Siregar, Windi Septiani Manurung, Nur Atika, Shely Maimunah, Yuvita Dewi Melati, Yudha Rahmadi

216-230

 PDF

Tanggung Jawab Hukum Tukang Gigi dalam Melakukan Pekerjaannya Versus Dokter Gigi yang Menjalankan Prakteknya

Moh Raja Amarullah, Diki Zukriadi

231-245

 PDF

Peran Lembaga Penunjang Pasar Modal dalam Menjamin Kepastian Hukum

Emiel Salim Siregar, Sri Mariani, Umi Fadillah Rizku, Shahera Utari, Dinda Azura Panjaitan, Aidha Asya

246-257

 PDF

Performance of Islamic Banks in Indonesia Based on Maqashid Shariah Index (MSI)

Ihdi Aini, Nia Handayani

258-278

 PDF**Analisis Swot & Diferensiasi dalam Penguatan Positioning Program Pelatihan SEAMOLEC**

Naufal Abiyu Imano, Refiana Dwi Maghfiroh

279-290

 PDF**Penerapan Artificial Intelligence dalam WACS sebagai Asisten Customer Service untuk Peningkatan Manajemen Sumber Daya Manusia di B21 Digital Printing**

Adinda Regita Puspitasari, Mentari Clara Dewanti

291-299

 PDF**Pengaruh Fleksibilitas Kerja dan Keseimbangan Kehidupan Kerja Terhadap Burnout Pada Karyawan Generasi Milenial di Bank Syariah**

Pranaja Wijandra, Raden Johnny Hadi Raharjo

300-308

 PDF**Dampak Psikologis Remaja Pengguna Media Sosial Tiktok**

Yongga Julieta Anggelia Longsam, Melkian Naharia, Sinta Elisa Jelita Kaunang

309-321

 PDF**Evaluasi Mutu Pelayanan Kesehatan di Puskesmas UPT Labuapi Menggunakan Metode SERVQUAL**

Nia Supiana, Bambang Budi Rahardjo, Sriama Muliani, Baiq Tuha Abdiani, Jueratun Niswa

322-334

 PDF

Hubungan Sense of Community dan Perilaku Prokrastinasi Pada Mahasiswa Fungsionaris Lembaga Kemahasiswaan Fakultas Psikologi UKSW

Aaron Aditya Suwuh, Dewita Karema Sarajar

335-341



Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Pelaku Tindak Pidana Penipuan Online Dengan Modus Social Engineering

Fuad Nur

342-355



Analisis Penerapan E-Government Pada Penggunaan Aplikasi Sentuh Tanahku Dalam Meningkatkan Pelayanan Di Kantor Pertanahan (Kantah) Kota Bengkulu

Inke tesra kayati, Rosidin Rosidin, Sri Indarti, Rekho Adriadi

356-370



Problematika Kriminalisasi Aborsi dalam Perspektif Hak Asasi Perempuan dan KUHP Nasional

Clara Oktaviana Ayuningrum, Andika Wijaya, Satriya Nugraha

371-385



Kriminalisasi Pelanggaran Protokol Digital: Tinjauan Hukum Pidana Terhadap Penyebaran Deepfake di Media Sosial

Desty Aster Yansen Basah, Andika Wijaya, Ivans Januarydy

386-398



Fenomena Persekusi Digital dan Cyberbullying: Analisis Hukum Pidana Terhadap Konten Kekerasan Psikis di Internet

Diky Setiawan, Thea Farina, Satriya Nugraha

399-415

 PDF

Implementasi Media Audiovisual Pada Mata Kuliah Tari Sumatra Dasar Pencak

Nurul Hidayah Fitriyani, Marfi Netri Elyadi

416-426

 pdf

Peran Lembaga Internasional dalam Menegakkan Hukum Humaniter: Studi Atas Upaya PBB dan Palang Merah Internasional dalam Konflik Bersenjata

Mochamad Andri Wahyu Sudrajat, Wan Saiful Bahari Bin Wan Johor, Tarsisius Susilo, Rahman Yadi, Joko Prasetyo

427-439

 pdf

Mencegah yang Tak Terhindarkan? Analisis Komparatif Kebijakan Pelanggaran Overstay dan Proyeksi untuk Indonesia

Milhan Naufal Ah Zami, Tony Mirwanto, Maidah Purwanti

440-459

 pdf

Strategi Kampanye Eko Hendro Purnomo di Media Sosial Instagram dalam Kemenangan Pemilihan Legislatif 2024

Andre Fransisco Renyu, Julian Aldrin Pasha

460-471

 pdf

Transformasi Identitas Pekerja Dalam Film Analisis Naratif Todorov Pada Film Upstream 2024

Naufal Fajri Devian, Andreas Tri Pamungkas

472-486

 pdf

Hubungan Preeklampsia dengan Persalinan Prematur di RS Islam Lumajang Tahun 2024

Rizka Amaliyah, Widia Shofa Ilmiah

487-495



Integrasi Nilai Islam dalam Kurikulum Pendidikan Dokter

Aghar Makhzani Aliah, Moch. Erwin Rachman, M. Khidri Alwi

496-506



Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Indofood Sukses Makmur Tbk

Rizhfa Amalia Rahmadani Salim, Nasywania Risfa Sahila, Sentot Imam Wahjono

507-518



Kontribusi Sektor Keuangan dalam Upaya Pelestarian Lingkungan: Proses Pembentukan Norma Keuangan Berkelanjutan Global

Wildan Ilmanuarif Shafar, Afif Sabwanto

519-532



Implikasi Ketiadaan Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) Terhadap Efektivitas Penyidikan Keimigrasian di Kantor Imigrasi: Studi Normatif Terhadap Alternatif Hukum Yang Tersedia

Moch. Zidane Hatta Hasibuan, Koesmoyo Ponco Aji, Muhammad Arief Hamdi

533-547



Misteri dan Makna Simbol dalam Naskah Kuno Nusantara

Anggun Permata Sari, Nyimas Umi Kalsum

548-564



Evaluasi Kondisi Kantin Sehat di Lingkungan Sekolah SMK : Studi Kasus dan Strategi Peningkatan Kualitas

Ravita Isnaeni Nur Fadillah, Fania Anggraini Pramesti, Chelsea Intan Liani, Putri Anisatun Nikhmah, 565-574
Adiyan Andansyah

 PDF

Strategi Koping untuk Permasalahan Harga Diri Rendah dalam Pandangan Islam dan Medis

Reva Subagja, Alda Humaimah Kamila, Revalina Zalianty, Sharfina Anindia, Shelfiana Nofelinda, 575-589
Tedi Supriyadi, Akhmad Faozi

 PDF

Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru

Nurse Fatimah Mz, Natulaini Harahap, Irwandi Irwandi 590-603

 PDF

Implementasi Total Productive Maintenance Pada UD. Palapa Kabupaten Nganjuk

Natasya Amelia Kumala Sari, Edwin Agus Buniarto, Zaenul Mutaqien 604-613

 PDF

Pembingkaian Isu Politik di TikTok dan Pengaruhnya Terhadap Opini Publik Pemilu Malaysia 2022

Alfan Khoirul Jazil, Annisa Rahma Lila, Tegar Alamsyah, Septiana Sari, Pia Khoirotun Nisa 614-624

 PDF

Kajian Literatur Pastoral Konseling Pada Pemuda yang Mengalami Trauma Akibat Kehilangan Orangtua

Yunita Sumakul, Cristhania, Chanesa Ponto, Julaiedy Panese, Yesica Ramenaung

 PDF

625-638

Dampak Kebijakan Desentralisasi Terhadap Otonomi Daerah dalam Kerangka Hukum Tata Negara

Salwa Zaskia, Tamaulina Br.Sembiring, Johan Berkat Fanolo Harefa, M. Aulia Aditya Rahman Zebua 639-649

 PDF

Remaja dan Media Sosial: Apakah Instagram Menciptakan Citra Tubuh yang Tidak Realistis?

Felensia Felensia, Yasinta Astin Sokang 650-659

 PDF

Eksistensi Media Cetak di Era Digital: Studi Kasus pada Media Harian Bhirawa

Ana Nahdiah Irfani, Alina Ruskamila, Moh. Dey Prayogo 660-672

 PDF

Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli dalam Transaksi Internasional Berdasarkan Konvensi CISG

Muhammad Vico Febriansyah 673-681

 PDF

Penerapan Sistem Bukti Lulus Uji Elektronik (BLU-e) dalam Pelayanan Pengujian Kendaraan Bermotor di Dinas Perhubungan Kabupaten Timor Tengah Utara

Delviana Magdalena Bere, Dominikus Fernandes, Alfred Omri Ena Mau, Cataryn V. Adam 682-696

 PDF

Upaya Hukum dalam Menyelesaikan Sengketa Transaksi Bisnis Internasional Diera Perdagangan

Shelly Adisti Setiawati

697-709

**Citra Tubuh dan Presentasi Diri Online di Instagram: Dinamika Identitas Pada Dewasa Awal**

Patricia Desire Sabatina Lorenza Manullang, Yasinta Astin Sokang

710-719

**Mapping The Heroic Pattern: A Voglerian Analysis of Harry Potter**

Theresya Mawar Sharon Irawan, Yolanda Putri Natanael, Nazwa Nabila Alisha, Esther Aprilia Sinaga

720-735

**Analisis Kebijakan Pendidikan Berkelanjutan: Studi Evaluasi atas Tujuh Arah Strategis Pemerintah dalam RPJMN 2020–2024**

Hani Islami, Abdul Rozak

736-745

**Pengaruh herd mentality dan pelatihan kerja terhadap kinerja karyawan di pt internasional leather works**

Siti Rahayu, Rustomo Rustomo, Mutdi Ismuni

746-758

**Students' Perceptions of Baamboozle Gamification in Vocabulary Learning: A Case Study of 5th Grade Students' of MI Darul Ulum Semarang**

Luthfia Hanum, Senowarsito Senowarsito, Sri Wahyuni

759-768



Analisis Peran Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Strategis

Windi Siagian, Apri Sinaga, Esri Tambunan, Abel Manik, Hamonangan Siallagan

854-866



[View All Issues >](#)

...: MAIN MENU :...

Editorial Team

Reviewers

Peer Review Process

Focus & Scope

Author's Guide

Publication Ethics

Online Registration

Open Access Statement

Plagiarism Policy

Copyright and License

Contact Us

Authors Index



-51-

65	Innovative: Journal of Social Science Research	28074238	Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai	Akreditasi Baru Peringkat 5 mulai Volume 1 Nomor 1 Tahun 2021 sampai Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025
----	--	----------	--------------------------------------	--

SERTIFIKAT

Kementerian Riset dan Teknologi/
Badan Riset dan Inovasi Nasional



Petikan dari Keputusan Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Nomor: 230/E/KPT/2022
Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode 1 Tahun 2022
Nama Jurnal Ilmiah
Innovative: Journal of Social Science Research
E-ISSN: 28074238
Penerbit: Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 5

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 1 Nomor 1 Tahun 2021 sampai Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025
Jakarta, 30 December 2022
Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Republik Indonesia,

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP 196107061987101001





Articles Case law





J



04269521 [View My Stat](#)

Indeks

Current Issue

ATOM 1.0



[Open Journal Systems](#)

Browse

[Make a Submission](#)

Information

[For Readers](#)

[For Authors](#)

[For Librarians](#)

Published by Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

Platform &
workflow by
OJS / PKP



[Home](#) / [Editorial_Team](#)

Innovative : Journal Of Social Science Research

<https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

E-ISSN : 2807-4238

P-ISSN : 2807-4246



Editorial_Team

Editor In Chief

Putri Hana Pebriana, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Indonesia

Section Editor

Vitri Angraini Hardi, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Riau, Indonesia

Fadhilaturrahmi, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Riau, Indonesia

Rizki Amalia, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Riau, Indonesia

Nurhaswinda, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Riau, Indonesia

Lenny Julia Lingga, Universitas Riau, Riau, Indonesia

Ani Rosidah, Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

Peer Reviewers

Eva Astuti Mulyani, Universitas Riau, Riau, Indonesia

Lenny Julia Lingga, Universitas Riau, Riau, Indonesia

Pranita Yuliana, ID SINTA (6199497) Universitas PGRI Palembang, Sumatera Selatan Indonesia, Indonesia

Mutiani Mutiani, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

Mufarizuddin Mufarizuddin, (ID 5976546) Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Riau, Indonesia

Novi Yona Sidratul Munti, ID (6020809) Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Riau, Indonesia

Muhammad Fendrik, ID (6048107) Universitas Riau, Riau, Indonesia

...: MAIN MENU :...

Editorial Team

Reviewers

Peer Review Process

Focus & Scope

Author's Guide

Publication Ethics

Online Registration

Open Access Statement

Plagiarism Policy

Copyright and License

Contact Us

Authors Index



-51-

65	Innovative: Journal of Social Science Research	28074238	Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai	Akreditasi Baru Peringkat 5 mulai Volume 1 Nomor 1 Tahun 2021 sampai Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025
----	--	----------	--------------------------------------	--

SERTIFIKAT

Kementerian Riset dan Teknologi/
Badan Riset dan Inovasi Nasional



Petikan dari Keputusan Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Nomor: 230/E/KPT/2022
Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode 1 Tahun 2022
Nama Jurnal Ilmiah
Innovative: Journal of Social Science Research
E-ISSN: 28074238
Penerbit: Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 5

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 1 Nomor 1 Tahun 2021 sampai Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025
Jakarta, 30 December 2022
Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Republik Indonesia,

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP 196107061987101001





Articles Case law





J



04269524 [View My Stat](#)

Indeks

Current Issue

ATOM 1.0



[Open Journal Systems](#)

Browse

[Make a Submission](#)

Information

[For Readers](#)

[For Authors](#)

[For Librarians](#)

Published by Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

Platform &
workflow by
OJS / PKP