



**SURAT PENUGASAN**

Nomor : ST/350/VII/2023/FEB-UBJ

Tentang

**PENUGASAN DOSEN SEBAGAI PENULIS JURNAL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

- Pertimbangan : Sehubungan dengan Penugasan dosen sebagai Penulis Jurnal yang dilakukan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya semester Genap Tahun Akademik 2022/2023. Dipandang perlu penugasan Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk melaksanakan kegiatan yang dimaksud. Untuk itu perlu mengeluarkan Surat Tugas.
- Dasar : a. UU RI No.12 Tahun 2012 tanggal 10 Agustus 2012 tentang Pendidikan Tinggi.  
b. Peraturan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 08 tahun 2019 tentang Standar Pelayanan Minimum.  
c. Keputusan Kepala Kepolisian Republik Indonesia selaku Ketua Umum Yayasan Brata Bhakti Polri No. Pol : KEP/05/IX/1995/YBB tanggal 18 September 1995 tentang Pembentukan dan Pendirian Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.  
d. Surat Keputusan Ketua Pengurus Yayasan Brata Bhakti Nomor: Skep/11/II/2023/YBB tanggal 31 Januari 2023 tentang Pemberhentian dari dan Pengangkatan dalam Jabatan Dekan di Lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang diselenggarakan Yayasan Brata Bhakti.  
e. Surat Keputusan Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Nomor: SKEP/176/VIII/2022/UBJ tanggal 02 Agustus 2022 tentang Kalender Akademik Semester Ganjil dan Genap Tahun Akademik 2022/2023.

**DITUGASKAN**

- Kepada :
1. Nama : Haryudi Anas, S.E., M.S.M.<sup>1</sup>  
NIDN : 0317117801  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
  2. Nama : Pratiwi Nila Sari, S.E., M.Ak., Ak., CPA<sup>2</sup>  
NIDN : 0319018601  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
  3. Nama : Dra. Rini Wijayaningsih, M.M.<sup>3</sup>  
NIDN : 0328056302  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
  4. Nama : Andrian, S.E., M.M.<sup>4</sup>  
NIDN : 0321077102  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

SURAT PENUGASAN  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
NOMOR : ST/350/II/2023/FEB-UBJ  
TANGGAL : 28 JULI 2023

- Untuk :
1. Melaksanakan tugas sebagai Penulis pada pada *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)* dengan judul "**The Influence of Price Perception and Trust on Purchasing Intention of Women's Care at E-commerce**" telah terbit pada Volume 2, Nomor 7, ISSN-E: 2828-1517, 30 Juli 2023.
  2. Melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan tersebut secara tertulis kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
  3. Melaksanakan tugas ini dengan penuh tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 28 Juli 2023

An. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
WADEK II



Dr. Fatty Nuryati, S.E., M.Ak.  
NIP: 2207562

Tembusan:  
- Arsip

## The Influence of Price Perception and Trust on Purchasing Intention of Women's Care at E-commerce

Haryudi Anas<sup>1</sup>, Pratiwi Nilasari<sup>2</sup>, Rini Wijyaningsih<sup>3</sup>, Andrian<sup>4\*</sup>  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Corresponding Author: Andrian [andriantahar@gmail.com](mailto:andriantahar@gmail.com)

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Price Perception, Trust, Purchasing Intention, Women's Care, E-Commerce

*Received :* 20, May  
*Revised :* 22, June  
*Accepted:* 23, July

©2023 Anas, Nilasari, Wijyaningsih, Andrian: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

English This study aims to determine how much influence the perception of price and trust have on the intention to buy cosmetics at Shopee. This research is quantitative, using the T-test and F-test with a significance level of 5%. The sampling technique uses the Slovin formula to select 169 respondents. According to the results of testing the hypothesis in this study using the T-test, the price perception variable on buying interest has a T-count value of 5.104 greater than the T-table value of 1.974, so it can be said that the price perception variable has a significant influence on buying interest. The T-test variable of trust in buying interest has a t-count value of 14.116, which is greater than the T-table of 1.974, so it can be said that the trust variable has a significant influence on buying interest. Meanwhile, the results of the F-test showed that there was a positive influence of perceived price and trust on purchase intention, with an F-value of 218.139 and an F-table of 3.05. It can be concluded that perceived price and trust simultaneously had an effect on purchase intention.