

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI SHOPEE**  
(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang)

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat  
guna menyelesaikan studi akhir dan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank  
Semarang**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Wahyu Agung Wicaksono**  
**NIM : 16.05.51.0309**  
**Program Studi : S-1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
SEMARANG**

**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui dan telah mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul :



**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
*ONLINE* DI SHOPEE**

**(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank Semarang)**

Oleh :

Nama : Wahyu Agung Wicaksono  
Nim : 16.05.51.0309  
Program Studi : S-1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank  
Semarang

Semarang, 31 Agustus 2020

Dosen Pembimbing

**Drs. Bambang Sutejo, M.M**  
NIDN: 0628036101

**HALAMAN PENGESAHAN**



**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
*ONLINE* DI SHOPEE**

**(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank Semarang)**

Oleh :

Nama : Wahyu Agung Wicaksono  
Nim : 16.05.51.0309  
Program Studi : S-1 Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pendaftaran Skripsi dan skripsi telah di sahkan dan diterima sebagai salah satu  
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal: 31 Agustus  
2020.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Dosen pembimbing  
(Merangkap Penguji I)

**Drs. Bambang Sutejo, M.M**  
NIDN: 0628036101

Penguji II

**(Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M.)**  
NIDN. 0622035701

Penguji III

**(Ali Maskur, S.E., M.KOM)**  
NIDN. 0618076401

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



**(Dr. Agus Soliba, S.E., M.Si)**  
NIDN. 0027037101

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Wahyu Agung Wicaksono

NIM : 16.05.51.0309

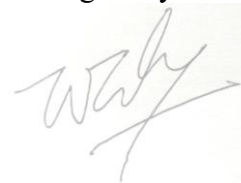
Program Studi : Strata 1 (S1) Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : Pengaruh Persepsi Risiko, Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang) tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulisa lain, yang saya aku seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat dalam bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas , baik sengaja ataupun tidak dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah - olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang , 30 Juli 2020

Yang menyatakan



(Wahyu Agung Wicaksono)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya bapak Suyono dan ibu Hartini, yang selalu berkerja keras, mendoakan, dan memberi dukungan untuk saya sehingga saya bersemangat untuk menyelesaikan studi saya.
2. Dosen pembimbing bapak Drs. Bambang Sutejo, M.M. yang telah membimbing saya dengan baik dan sabar sehingga saya dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Sahabat – sahabatku manajemen angkatan tahun 2016 yang sudah berjuang bersama dari semester 1.
4. Fianita Rahma Agustin, terimakasih atas doa, saran dan dukungannya.
5. Sony Febrian, Luqman Darmawan R, Ahmad Rizal, Andreas Bungaran T dan Ria Setiana teman seperjuanganku dan sahabatku, terima kasih atas dukunganmu.
6. Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

## **MOTTO**

1. Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mencobanya.
2. Kesuksesan itu bukan ditunggu, tetapi diwujudkan dengan usaha dan kegigihan.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau seberapa besar pengaruh variabel persepsi risiko, *online customer review* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Shopee studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Binsis Universitas Stikubank Semarang yang berjumlah 2.037 mahasiwa, sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jadi sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

Hasil dari penelitian menunjukkan secara simultan variabel persepsi risiko, *online customer review* dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel persepsi risiko dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel *online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Persepsi Risiko, *Online Customer Review*, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

*The purpose of the study was to determine the effect or how much influence the variables of risk perception, online customer review and trust on the online purchasing decisions in Shopee case studies on students of the Faculty of Economic and Business University of Stikubank Semarang.*

*The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business of the University of Stikubank Semarang, totaling 2,037 students, so the sampling technique used was purposive sampling. So the sample in this study amounted to 100 respondents. The instrument test uses validity and reliability tests. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis to explain the relationship between variables.*

*The results of the study indicate simultaneously variables of risk perception, online customer reviews and trust influence on purchasing decisions. Partially, risk perception and trust variables have a significant effect on purchasing decisions while online customer review variables have no effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Risk Perception, Online Customer Review, Trust and Purchasing Decisions***



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : Pengaruh Persepsi Risiko, Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang). Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Manajemen Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar – besarnya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, SE., M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini.
3. Sri Sudarsi, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Bambang Sutejo, DRS., M.M selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing saya kapanpun dan dimanapun agar dapat menyelesaikan laporan skripsi.

5. Dr. Drs. Robertus Basiya, M.M selaku dosen wali yang telah membantu penulis selama melaksanakan studi di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang sudah memberikan ilmu serta membagikan pengalaman yang berharga kepada penulis, sehingga ilmu yang diperoleh mudah – mudahan dapat penulis gunakan dan terapkan sebaik – baiknya.
7. Bapak dan ibuku atas doa, kasih sayang, dan restunya yang telah diberikan kepada penulis selama ini, dari dulu sampai sekarang.
8. Keluarga besar tersayang yang selalu memberikan dukungan demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman – teman manajemen seperjuangan angkatan 2016 yang memberikan support untuk penulis agar dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
10. Staff dan karyawan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank.
11. Dan semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semarang,30 juli 2020

Penyusun



Wahyu Agung Wicaksono

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS</b> .....	14

2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	14
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Persepsi Risiko.....	23
2.1.5 <i>Online Cusotmer Review</i> .....	28
2.1.6 Kepercayaan.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu/Empiris.....	36
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	37
2.3.1 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.3.2 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.4 Kerangka Pemikiran.....	41
<b>BAB III METODE DAN RANCANGAN PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Objek Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel dan Pengambilan Sampel.....	42
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data.....	44
3.3.1 Jenis Data.....	43
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	44
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.5 Skala Pengukuran.....	46

3.6 Uji Instrumen.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.8 Uji Model.....	49
3.8.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
3.8.2 Uji F.....	49
3.9 Uji Hipotesis.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Penelitian.....	51
4.2 Deskripsi Responden.....	51
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.4 Uji Instrumen.....	56
4.4.1 Uji Validitas.....	56
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.6 Uji Model.....	59
4.6.1 Koefisien Determinasi.....	59
4.6.2 Uji F.....	59
4.7 Uji Hipotesis.....	60
4.8 Pembahasan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI.....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65

5.2 Keterbatasan Penelitian.....	65
5.3 Implikasi Penelitian .....	66
5.4 Rekomendasi Untuk Peneliti Selanjutnya.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Empiris / Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner dan Pengumpulan Data.....	51
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskripsi Variabel.....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Layanan E-commerce di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	18
Gambar 2.2 Kerangka pemikiran.....	41



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Identitas Responden.....	80
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner.....	85
Lampiran 4 Deskripsi Responden.....	88
Lampiran 5 Deskripsi Variabel Persepsi Risiko (X1).....	91
Lampiran 6 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	93
Lampiran 7 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X3).....	95
Lampiran 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	97
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas.....	99
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	103
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Berganda.....	108