

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI
RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE*
SHOPEE**

(Survei Pada Mahasiswa Unisbank Semarang)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Har Prambaham

NIM : 16.05.51.0257

Program Studi : S.1Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



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

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE

(Survei Pada Mahasiswa Unisbank Semarang)

Oleh :

Nama : Muhammad Har Prambaham

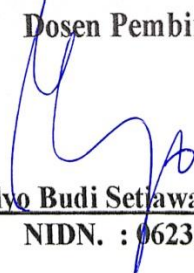
NIM : 16.05.51.0257

Program Studi : S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 29 Juli 2020

Dosen Pembimbing



Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M

NIDN. : 0623036902

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE

(Survei Pada Mahasiswa Unisbank Semarang)

Disusun oleh :

Nama : Muhammad Har Prambaham
NIM : 16.05.51.0257
Program Studi : Strata 1 (S1) Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal 18 Agustus 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I

Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M
NIDN.: 0623036902

Penguji II

Dr., Dra. R.A. Marlien, M.M
NIDN : 0622035701

Penguji III

Dr. Robertus Basiva, M.M
NIDN : 0626026101

Mengesahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini saya :

Nama : Muhammad Har Prambaham
NIM : 16.05.51.0257
Program Studi : Strata 1(S1) Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul :

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE (Survei Pada Mahasiswa Unisbank 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 penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat 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 di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan sayaitu. Bila kemudian hari terbukti saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 29 Juli, 2020

Yang menyatakan,

(Muhammad Har Prambaham)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku , Bapak Suhartono dan Ibu Markini yang sangat aku cintai dan sangat aku hormati, kakakku Izzaty Kini Safitri , teman-temanku serta kekasihku Nurul Hindayati yang telah menjadi cermin penyemangat, pendorong, sumber inspirasi dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

Bila melihat orang sukses, ternyata kita cenderung melihat hasil dari kesuksesannya. Padahal kesuksesan hadir tidak hanya terjadi dalam semalam bahkan sekejap mata. Namun, kesuksesan ada karena ditempuh melalui proses yang tidak sebentar. Dengan proses tersebut menjadikan kita tau akan makna berjuang, gagal, dan mengeluh. Namun, disamping itu semua jangan pernah menyerah dalam hidup dan jangan pernah lupa akan bersyukur karena Allah menciptakan kita dengan versinya masing-masing.

ABSTRAK

Di dunia ada situs *E-commerce* yang tidak terhitung banyaknya, namun yang berkembang pesat di Indonesia adalah *Marketplace*. Di Indonesia terdapat *Marketplace* populer salah satunya adalah *E-commerce* Shopee yang menduduki aplikasi playstore dan appstore peringkat satu. Sementara itu fokus dari Shopee yaitu media untuk menjalankan program yang menjadikan konsumen lebih praktis untuk berbelanja karena dilengkapi dengan karakteristik chat secara langsung untuk memudahkan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga, kualitas pelayanan, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Unisbank Semarang yang pernah berbelanja paling sedikit satu kali di *E-Commerce* Shopee dengan jumlah sampel 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen Penelitian, Uji Determinasi, Uji F, Uji t, Uji Regresi. Temuan penelitian bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *E-commerce* Shopee, sedangkan hasil dari Persepsi Resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* Shopee.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Persepsi Resiko, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In the world there are countless E-commerce sites, but what is growing rapidly in Indonesia is the Marketplace. In Indonesia, there is a popular marketplace, one of which is E-commerce Shopee, which is ranked first in the Playstore and Appstore applications. Meanwhile, the focus of shopee is the media to run programs that make consumers more practical to shop because they are equipped with live chat characteristics to make it easier for consumers. This study aims to determine the price, service quality, and risk perception of purchasing decisions at E-Commerce Shopee. The population of this research is Unisbank Semarang students who have shopped at least once at E-Commerce Shopee with a sample size of 100 respondents. The data collection method used a questionnaire. The analysis used in this research is the Research Instrument Test, the Determination Test, the F test, the t test, and the regression test. The research finding is that Price and Service Quality have a positive and significant effect on purchasing decisions in E-commerce Shopee, while the results of risk perceptions have a negative and significant effect on purchasing decisions in E-commerce Shopee.

Keywords: Price, Service Quality, Risk Perception, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE (Survei Pada Mahasiswa Unisbank Semarang) sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada program Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank.

Dalam pembuatan skripsi ini banyak sekali hambatan dan rintangan yang dilalui oleh penulis, namun berkat dukungan dan bantuan dari saudara dan saudari akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya hendak berterimakasih kepada:

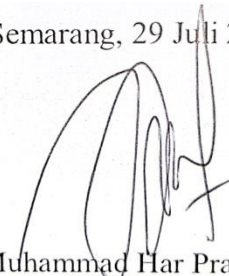
1. Dr. Safik Fauzi, SH., M.Hum. selaku Rektor Unisbank Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, SE., MSi. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan kesempatan dalam menulis skripsi ini.
3. Ibu Sri Sudarsi, SE., MSi. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Bapak Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M yang telah membimbing saya sampai dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengasuh serta memberikan bekal ilmu, selama peneliti kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bini Universitas Stikubank Semarang.
6. Bapak, Ibu, dan Kakak serta saudara saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya setiap saat.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi

Sebagai ungkapan rasa terimakasih yang mendalam penulis hanya dapat berdoa semoga segala perhatian, bantuan dan dukungan serta semangat yang telah diberikan mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Kekurangan akan selalu menjadi bagian manusia kesempurnaan hanya milik Allah semata.

Untuk itu saran dan kritik akan lebih menyempurnakan pikiran penulis untuk melangkah lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Semarang, 29 Juli 2020



Muhammad Har Prambaham

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Persembahan.....	v
Moto	vi
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar isi.....	xi
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Harga.....	17
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.4 Persepsi Resiko	32
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Pengembangan Hipotesis	39
2.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	39

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Keputusan Pembelian	40
2.3.3 Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4 Kerangka Pemikiran.....	43
2.5 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Objek Penelitian	45
3.2.2 Populasi	46
3.2.3 Sampel	46
3.3 Teknik Pengambilan Data	47
3.3.1 Kuesioner	47
3.3.2 Studi Pustaka	48
3.4 Devinisi Operasional Variabel.....	49
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.5.1 Uji Validitas	51
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.6 Variabel Penelitian	52
3.6.1 Variabel bebas (Independen).....	52
3.6.2 Variabel Terikat (Dependen).....	52
3.7 Uji Model	53
3.7.1 Uji F	53
3.7.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3.8 Uji Hipotesis	54
3.8.1 Uji t	55
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Responden.....	56

4.1.1	Dekripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2	Dekripsi Responden Berdasarkan Usia	58
4.1.3	Dekripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	58
4.1.4	Dekripsi Responden Berdasarkan Uang Saku	59
4.2	Deskripsi Variabel	60
4.2.1	Harga (X1).....	60
4.2.2	Kualitas Pelayanan (X2)	61
4.2.3	Persepsi Resiko (X3).....	62
4.2.4	Keputusan Pembelian (Y)	63
4.3	Uji Instrumen	64
4.3.1	Uji Validitas	64
4.3.2	Uji Reliabilitas	66
4.3.3	Uji Fit Model	66
4.3.3.1	Uji F	66
4.3.3.2	Uji Koefisien Determinasi.....	67
4.4	Analisis Data.....	69
4.4.1	Analisis Regresi.....	69
4.4.2	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	70
4.5	Pembahasan	72
4.5.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.5.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.5.3	Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	79
Daftar Pustaka	81
Daftar Lampiran	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Dunia Berdasarkan Wilayah.....	1
Gambar 1.2 Review Pelanggan Shopee	8
Gambar 2.1 Model Black Box Theory.....	12
Gambar 2.2 Tahap Pengambilan Keputusan	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Negara Pengguna Internet Terbanyak	2
Tabel 1.2	Marketplace Populer di Indonesia	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1	Skor Skala Likert	48
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 4.1	Rincian Penyebaran Kuesioner	56
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	58
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku	59
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Mengenai Harga	60
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.8	Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Resiko	62
Tabel 4.9	Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.10	Uji Validitas	65
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.12	Uji F	67
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.14	Uji t	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	84
Lampiran 2: Identitas dan Tabulasi Data	92
Lampiran 3: Deskripsi Responden.....	109
Lampiran 4: Deskripsi Variabel.....	112
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas	123
Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas	131
Lampiran 7: Hasil Uji t.....	136
Lampiran 8: Catatan Konsultasi dan Bimbingan	139
Lampiran 9: Keterangan Plagiarisme	136
Lampiran 10: Hasil Cetak Similarity	139