

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, PERSEPSI RISIKO DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DI SEMARANG**

SKRIPSI

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



Oleh :

Nama : Riska Candra Dewi

NIM : 17.05.51.0089

Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG 2021**

HALAMAN PERSETUJUAN



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

PENGARUH KUALITAS INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DI SEMARANG

Oleh :

Nama : Riska Candra Dewi

NIM : 17.05.51.0089

Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 3 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Mulyo Budi Setiawan".

Mulyo Budi Setiawan, S.E.,M.M

NIDN : 0623036902

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, PERSEPSI HARGA, DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE PADA
MARKETPLACE SHOPEE DI SEMARANG**

Ditulis oleh
NIM : **17.05.51.0089**
Nama : **RISKA CANDRA DEWI**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Pengaji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 07-09-2021
Ketua



(MULYO BUDI SETIAWAN, SE., M.M)
NIDN. 0623036902

Sekretaris



(ROBERTUS BASIYA, Dr. Drs., M.M)
NIDN. 0626026101

Anggota



(BAMBANG SUTEDJO, DRS., M.M)
NIDN. 0628036101

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dekan



(EUIS SOLIHA, Dr., S.E., M.Si)
NIDN. 0027037101



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul

PENGARUH KUALITAS INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DI SEMARANG

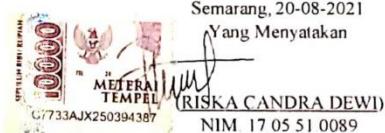
yang telah duduji di depan tim penguji pada tanggal 20-08-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR / SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya ambil seolah-olah 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 diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.

Semarang, 20-08-2021

Yang Menyatakan



SAKSI 1
Tim Penguji



(MULYO BUDI SETIAWAN, SE , M.M)

SAKSI 2
Tim Penguji



(ROBERTUS BASIYA, Dr. Drs., M.M)

SAKSI 3
Tim Penguji



(BAMBANG SUTEDJO, DRS , M.M)



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jika kau tak suka sesuatu,ubahlah. Jika tak bisa,maka ubahlah cara pandangmu tentangnya”-Maya Angel-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya (Alm) bapak dan ibu tercinta serta adek saya yang telah memberikan semangat dukungan dan doa yang tiada henti
2. Segenap dosen Unisbank yang selalu membantu saya meraih pendidikan sarjana selama saya dibangku kuliah.
3. Semua teman-teman yang telah membantu.

Terimakasih untuk semuanya.

ABSTRAK

Shopee merupakan *marketplace* yang menyediakan kebutuhan sehari hari masyarakat secara online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi, persepsi risiko , dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk secara *online* pada *marketplace* Shopee di Semarang. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Kriteria yang digunakan yaitu orang dewasa berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian di *marketplace* Shopee minimal 2 kali serta berdomisili di daerah Semarang. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian. Analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Secara parsial variabel kualitas informasi, persepsi risiko dan variabel persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Marketplace* Shopee di Semarang. Pada penelitian ini variabel persepsi risiko memiliki pengaruh yang paling dominan dalam keputusan pembelian produk *online* pada *E-Commerce* Shopee di Semarang.

Kata kunci : Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Shopee is a marketplace that provides people's daily needs online. This study aims to analyze the effect of information quality, risk perception, and price perception on online product purchase decisions at the Shopee marketplace in Semarang. The sampling method used in this study was purposive sampling technique with a total sample of 100 respondents. The criteria used are adults who are at least 17 years old and have made purchases at the Shopee marketplace at least 2 times and are domiciled in the Semarang area. Primary data collection was carried out by distributing questionnaires as research instruments. Data analysis using multiple linear regression analysis method. Partially, the information quality variable (X1), risk perception (X2) and price perception variable (X3) have a positive effect on purchasing decisions on Shopee Marketplace consumers in Semarang. In this study, the risk perception variable has the most dominant influence on online product purchasing decisions at E-Commerce Shopee in Semarang.

Keywords: *Information Quality, Risk Perception, Price Perception, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* pada Marketplace Shopee di Semarang. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi Sastra Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kendala yang dihadapi, tetapi dengan adanya dukungan dari orang-orang sekitar, skripsi ini dapat terselesaikan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum. Selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Mulyo Budi Setiawan, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya atas doa, dukungan, dan motivasinya serta bantuan dalam segi materi sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.
6. Teman-teman yang memberikan bantuan dan dukungan dalam menyusun skripsi ini.

Semarang,03 Agustus 2021

(Riska Candra Dewi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3. Batasan Masalah Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. KonsepPemasaran	11
2.1.2. Bauran Pemasaran	11
2.1.3. Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.4. Strategi Pemasaran	13
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	14
2.1.6. Kualitas Informasi.....	18
2.1.7 Persepsi Risiko.....	21
2.1.8 Persepsi Harga.....	25
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Pengembangan Hipotesis	30
2.4. Model Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	34
3.2. Jenis Penelitian	34
3.3. Populasi dan Pengambilan Sampel	35
3.4. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	36
3.5. Definisi Konsep, Operasional, dan Pengukuran Variabel	37
3.6. Rencana Analisis Data	38
3.7. Uji Instrumen Penelitian	39
3.8. Teknik Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif	43
4.2. Uji Instrumen	47
4.2.1. Uji Validitas	47
4.2.2. Uji Reliabilitas	48
4.3. Analisis Data	50
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.3.2. Uji Model	51
4.4. Pembahasan	53

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	59
5.2. Keterbatasan Penelitian	59
5.3. Implikasi Penelitian	59

DAFTAR PUSTAKA **61****LAMPIRAN** **65**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	37
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	73
Tabel 4.2. Deskriptif Statistik Kulitas Informasi	97
Tabel 4.3. Deskriptif Statistik Persepsi Risiko	97
Tabel 4.4. Deskriptif Statistik Persepsi Harga	98
Tabel 4.5. Deskriptif Statistik Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.6. Uji Validitas	99
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas	109
Tabel 4.8. Analisis Regresi Linier Berganda	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data pengguna internet di indonesia.....	2
Gambar 1.2. Survei Layanan E-Commerce	4
Gambar 2.1. bagan proses tahapan keputusan pembelian	16
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian	29

