

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT
PEMBELIAN ONLINE PADA SITUS E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi 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 : Febi Riyanti
NIM : 16.05.51.0255
Program Studi : S.1 Manajemen

**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 KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT
PEMBELIAN ONLINE PADA SITUS E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa UNISBANK Semarang)

Oleh :

Nama : Febi Riyanti

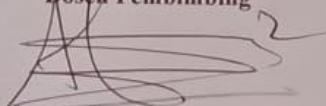
NIM : 16.05.51.0255

Program Studi : S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Cilacap, 31 Juli 2020

Dosen Pembimbing


Dr. Alimuddin Rizal, M.M
NIDN. : 0610106301

HALAMAN PENGESAHAN



Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Pembelian *Online*
pada Situs *E-Commerce* Shopee
(Studi Pada Mahasiswa UNISBANK Semarang)

Disusun oleh :

Nama : Febi Riyanti
NIM : 16.05.51.0255
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: 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pengaji I

(Dr. Alimuddin Rizal, M.M)
NIDN : 0610106301

Pengaji II
(Dr. Euis Solihah, S.E., M.Si.)
NIDN : 0027037101

Pengaji III

(Ali Maskur, SE., M.Kom)
NIDN : 0618076401

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Euis Solihah, S.E., M.Si)
NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Febi Riyanti
NIM : 16.05.51.0255
Program Studi : Strata 1(S1) Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul :

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT PEMBELIAN *ONLINE* PADA SITUS *E-COMMERCE* SHOPEE (Studi 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 saya itu. 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.

Cilacap, 31 Juli 2020

Yang menyatakan,



(Febi Riyanti)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan kasih sayang Mu telah memberiku kekuatan. Atas karunia yang Kau berikan akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselsaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada semua orang yang sangat saya kasih dan sayangi..

Mama dan Bapak tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini untuk mama dan bapak yang telah memberikan kasih dan sayang, dukungan serta cinta kasih yang diberikan tak terhingga yang tidak mungkin terbalas dengan selembar kata cinta dan persembahan ini. semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat mama dan bapak bangga dan bahagia.. aamiin yarobbal alamin..

Adikku tersayang

Untuk Tio Nugroho Utomo, tidak ada yang paling menyenangkan saat kumpul akur bersam, walaupun sering bertengkar tetapi hal itu selalu memberikan warna yang tidak akan bisa digantikan dengan apapun. Terimaksih dukunnya..

My twint Bayik

Choerunnisa Utami terimakasih untuk semua dukungan, motivasi dan doa tulusnya selama ini, kudokan untuk kita bisa bersama-sama meraih kesuksesan dalam segala hal yang di cita-citakan. Amiin..

Team Sambat

Untuk Emma Anggraini, Siti Nur Aziza, dan Tias Adya Nila.. terimakasih telah menjadi teman-teman yang baik dan tulus, selalu memberi motivasi dan selalu ada untuk tempat keluh kesah dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini., kudoakan semoga sama-sama diberi kesuksesan dalam segala hal. Aamiin

Pejuang S.M

Teruntuk Tiana Puji Rahayu, Minhatul Naula, Nur janah, dan Leoni Dinda Farindra
teman seperjuangan meraih gelar Sarjana Manajemen sukses selalu untuk kalian.
Terimakasih untuk segala hal dan waktu yang kita lalui bersama.

Tidak lupa saya ucapakan terimakasih kepada Rofiq Nur Khamid yang telah
memberikan dukungan dan motivasi serta bantuan-bantuan dalam menyelesaikan
penyusunan skripsi ini.

Febi Riyanti

MOTTO

Bersyukurlah dengan apa yang kamu miliki saat ini, karena belum tentu orang lain
memilikinya.

ABSTRAK

Fokus dalam penelitian ini pada pengujian pengaruh variabel kepercayaan dan persepsi risiko terhadap variabel niat pembelian *Online* pada pengguna *e-commerce* Shopee. Objek dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa UNISBANK Semarang. Responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang sebagai sampel, ditetapkan menggunakan *pursosive sampling*. Data diproses menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil dari uji statistik menggunakan regresi linier, didapat satu dari dua hipotesis ditolak yaitu pengaruh persepsi risiko terhadap niat pembelian. Hipotesis terbukti diterima yaitu pengaruh variabel kepercayaan terhadap niat pembelian. Dari penelitian ini, didapatkan hasil bahwa untuk meningkatkan niat pembelian dalam berbelanja online faktor kepercayaan harus selalu dibangun secara *continue*.

Kata Kunci : Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Niat Pembelian

ABSTRACT

The focus in this study is on testing the effect of the trust and risk perception variables on the Online purchase intention variable on Shopee e-commerce users. The object of this research is Semarang UNISBANK Students. Respondents needed in this study were 100 people as samples, determined using purposive sampling. Data is processed using SPSS version 25.0. The results of the statistical tests using linear regression, obtained one of two hypotheses were rejected, namely the effect of risk perception on purchase intentions. The hypothesis is proven that the influence of trust variables on purchase intentions. From this research, the results show that to increase purchase intentions in shopping online trust factors must always be built continuously.

Keywords: Trust, Risk Perception and Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sholawat serta salam selalu kami haturkan kepada baginda nabi sekaligus Rasul Muhammad SAW makhluk paling mulia disisi-Nya. Sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Pembelian online pada Situs E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa UNISBANK Semarang)”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen program studi Strata Satu (S-1) Fkultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan, bimbingan,bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu,dalam kesempatan ini ucapan terima kasih tercurahkan kepada:

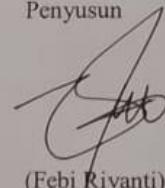
1. Dr. Alimuddin Rizal R, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran kepada saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Dr.Safik Faozi S.H. M. Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Sri Sudarsi, S.E, MSi., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

6. Seluruh pegawai dan seluruh Civitas akademik Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang.

Semoga Allah SWT selalu memberikan taufiq, hidayah dan inayahnya serta menunjukkan yang terbaik dan membalaik kebaikan yang telah di berikan dengan kebaikan pula. Dengan segala kerendahan hati semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Cilacap, 31 Juli 2020

Penyusun



(Febi Riyanti)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Pemasaran <i>Online</i>	8
2.1.2. <i>Online Shopping</i>	9
2.1.3. Kepercayaan	12
2.1.4. Persepsi Risiko	14
2.1.5 Niat Pembelian Secara <i>Online</i>	17

2.2. Konsep Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Kepercayaan	20
2.2.2 Persepsi Risiko	20
2.2.3 Niat Pembelian Secara <i>Online</i>	21
2.3. Penelitian Terdahuli	21
2.4. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian	26
2.4.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Pembelian ...	27
2.5. Model Penelitian.....	28
2.6. Model Matematis	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	30
3.2. Populasi dan Pengambilan Sampel.....	31
3.2.1. Populasi.....	31
3.2.2. Sampel	31
3.3. Sumber dan Jenis Data.....	32
3.3.1 Sumber Data	32
3.3.2 Jenis Data	32
3.3.2 Teknik Pengambilan Data	32
3.4. Definisi Konsep dan Operasional variabel	33
3.5. Metode Analisis Data	35
3.5.1 Analisis Deskriptif Statistik Responden.....	36
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Relibilitas.....	37
3.7 Uji Hipotesis	38
3.8. Model Analisis Data	38
3.8.1. Regresi Linear Berganda	38
3.8.2 Uji Hipotesis (uji t)	39

3.8.3 Uji F	39
3.8.4 Koefisien Determinasi(R^2)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Statistika Responden	41
4.1.1 Deskripsi Variabel	42
4.2 Pengujian Instrumen.....	45
4.2.1. Uji Validitas.....	45
4.3.2. Uji Reliabilitas	47
4.3 Metode Analisis Regresi Berganda, Uji R^2 , Uji F dan Uji t	47
4.4 Pengujian Model dan Hipotesis	49
4.4.1 Uji Hipotesis (Uji t)	49
4.4.2 Uji F	49
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.5. Pembahasan	51
4.5.1.Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Pembelian.....	51
4.5.2.Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Pembelian.....	52
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Keterbatasan	54
5.3. Implikasi Penelitian	55
5.3.1 Implikasi Teoritis	55
5.3.2 Implikasi Praktis	55
5.4. Rekomendasi Penelitian Yang Akan Datang	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei kunjungan <i>e-commerce</i> di Indonesia	2
Tabel 1.2 Perilaku Pengguna Internet di Indinesia Berdasarkan Konten.....	2
Tabel 1.3 Pra Survei Penggunaan Aplikasi <i>Online Shop</i> Mahasiswa UNISBANK	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel 3.2 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Data Responden	41
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	42
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Persepsi Risiko.....	43
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Niat Pembelian.....	44
Tabel 4.5 Uji Validitas	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	47
Tabel 4.7 Ringkasan analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.8 Uji Keofisien Regresi Parsial (<u>Uji t</u>)	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Model F	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei kunjungan <i>e-commerce</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2 Pra Survei Pengguna Aplikasi Online Shope Mahasiswa Unisbank	4
Gambar 2.2. Model Grafis Penelitian Empiris	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	57
Lampiran 2: Deskripsi Responden	62
Lampiran 3: Deskripsi Niat Pembelian	67
Lampiran 4: Deskripsi Kepercayaan.....	71
Lampiran 5: Deskripsi Persepsi Risiko	77
Lampiran 6: Output Data	82
Lampiran 8: Catatan Bimbingan dan Konsultasi	100
Lampiran 6: Hasil Turnitin	102

