

“PENGARUH RISIKO TERHADAP PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE”

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Willa Aretha Eltea / 17 03 23352

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

Skripsi

“PENGARUH RISIKO TERHADAP PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE”



Disusun Oleh :

Willa Aretha Eltea / 17 03 23352

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SURAT KETERANGAN

No. 413/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 8 April 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| 1. Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. | (Ketua Penguji) |
| 2. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. | (Anggota) |
| 3. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Willa Aretha Eltea

NPM : 170323352

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Willa Aretha Eltea telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

“PENGARUH RISIKO TERHADAP PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE”



Disusun oleh:

Willa Aretha Eltea

NPM: 1703 23352

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Handoyo", is written over a white rectangular box.

Handoyo Wibisono C., Drs., MM. Dr.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“PENGARUH RISIKO TERHADAP PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE”

Benar benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya yang peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 12 Februari 2022

Yang menyatakan



Willa Aretha Eltea

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat kasih dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH RISIKO TERHADAP PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE”** dengan baik. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, tak lepas dari dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati ijinilah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat anugerah, penyertaan dan karunia-Nya yang tanpa batas yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bp. Handoyo Wibisono C., Drs., MM. Dr. selaku dosen pembimbing yang telah mendampingi, membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan- masukan kepada penulis dengan sabar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

3. Segenap jajaran dosen dan staff pengajar Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, atas ilmu pengetahuan, pengalaman dan motivasi belajar saat penulis menempuh studi perkuliahan.
4. Alm. Mama penulis yang tercinta, Mama Alin Setyowati atas segala kasih, cinta dan doanya yang luar biasa yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu bertahan hingga di titik ini. Skripsi ini secara khusus penulis persembahkan untuk Alm. Mama yang penulis kasih dan cintai.
5. Papa penulis yang terkasih, Papa Redya Kretarta atas dukungan, kasih sayang dan doa yang luar biasa yang diberikan kepada penulis. Thea Wenona Eltea selaku sodari penulis atas dukungan dan doa yang senantiasa diberikan kepada penulis.
6. Keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis.
7. Sahabat penulis, Brilliant Lorenzo Budiyanto yang telah membantu penulis saat mengalami kesulitan, mendengarkan keluh kesah penulis, serta memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.
8. Sahabat penulis, Gabrielle Arga Dharma Ariyanto yang telah membantu penulis sejak penulis akan memilih dosen

pembimbing skripsi hingga memberikan dukungan dan doanya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

9. Sahabat penulis, Jessica Allezsandra, Pamela Kristanti Putri, Mawan Pamungkas, Gerry Aldiant, Yasinta Dita, Stephen Dharmawan, Michelle Angelique, serta teman-teman penulis lainnya atas dukungan, doa dan kasih persaudaraan yang diberikan kepada penulis.
10. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen (HMPSM), terkhususnya divisi event yang telah memberikan banyak pengalaman yang luar biasa kepada penulis, atasdoa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi.
11. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yangdalam penelitian penulis.
12. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telahmendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis menerima segala bentuk kritik dan masukan yang membangun bagi penelitian selanjutnya. Besar harapan penulis,

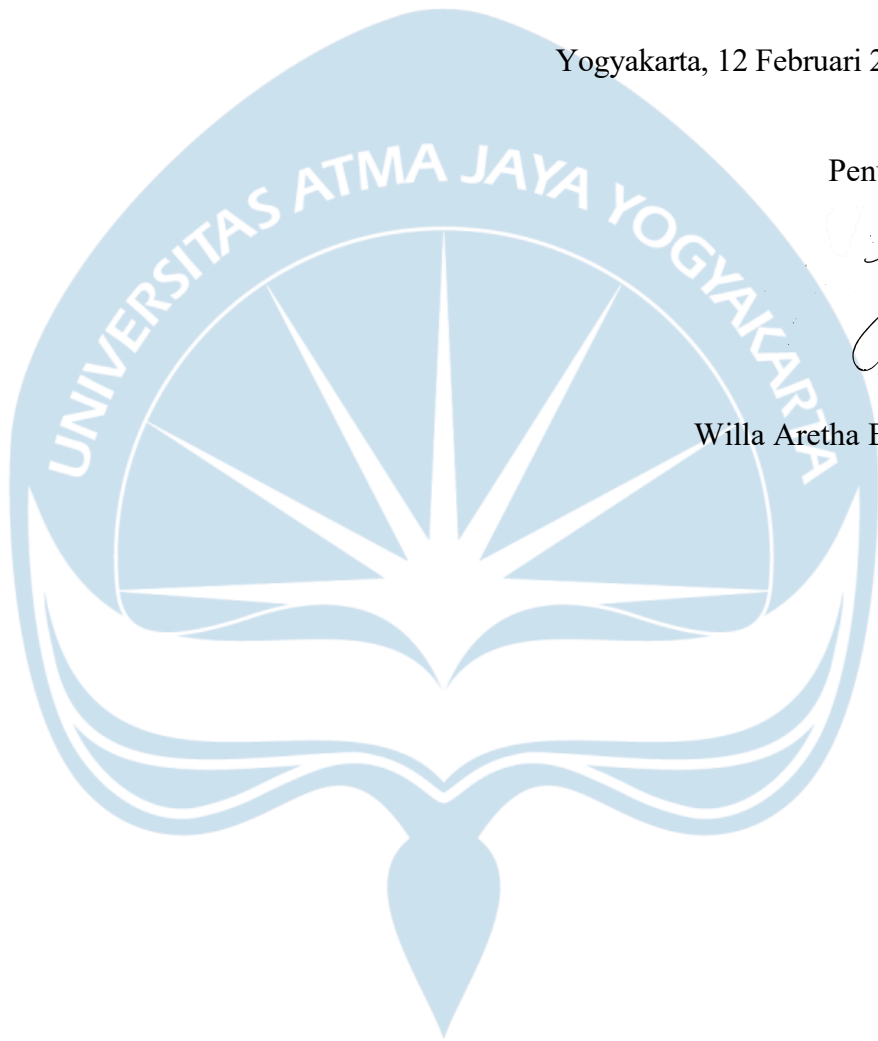
penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi semua pihak.

Yogyakarta, 12 Februari 2022

Penulis,



Willa Aretha Eltea



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
2.1 Online Purchase Intention	9
2.1.1 Perceived Risk	11
2.1.2 Risiko Keuangan	13
2.1.3 Risiko Produk	14
2.1.4 Risiko Keamanan	15
2.1.5 Risiko waktu	17
2.1.6 Risiko Sosial	18
2.1.7 Risiko Psikologis	19
2.2 Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1 Pengaruh risiko keuangan terhadap niat beli online	20
2.2.2 Pengaruh risiko produk terhadap niat beli online	21
2.2.3 Pengaruh risiko keamanan terhadap niat beli online	22
2.2.4 Pengaruh risiko waktu terhadap niat beli online	22
2.2.5 Pengaruh risiko sosial terhadap niat beli online	23
2.2.6 Pengaruh risiko psikologis terhadap niat beli online	23
2.3 Model Kerangka Penelitian	24
BAB III	25
3.1 Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian	25
3.2 Metode Sampling	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Pengukuran Variabel	26
3.5 Definisi Operasional	27
3.6 Metode Pengujian Instrumen	29
3.6.1 Uji Validitas	29
3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.7 Metode Analisis Data	32
3.7.1 Uji T	32
3.7.2 Uji F	32

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	33
BAB IV	34
4.1 Pengantar	34
4.2 Karakteristik Responden	35
4.3 Statistik Deskriptif	36
4.4 Analisis Data	42
4.4.1 Asumsi Klasik	42
4.4.2 Uji T	46
4.5 Pembahasan	48
BAB V	60
PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
5.3 Implikasi manajerial	61
DAFTAR PUSTAKA	65
DAFTAR LAMPIRAN	72
LAMPIRAN 1 KUESIONER	72
LAMPIRAN 2 PROFIL RESPONDEN DAN JAWABAN PERTANYAAN ...	79
LAMPIRAN 3. DATA SET PENELITIAN	86
LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS	133

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	26
Tabel 3.2 Variabel Independen.....	27
Tabel 3.3 Variabel Dependen.....	29
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas.....	31
Tabel 4. 1 Seleksi Responden.....	34
Tabel 4.2 Sebaran Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 4.3 Sebaran Pengeluaran Responden di Shopee.....	35
Tabel 4.4 Lamanya Waktu digunakan di Shopee dalam sebulan.....	36
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif variabel Risiko keuangan.....	37
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Risiko Produk.....	37
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Risiko Keamanan.....	38
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Risiko Waktu.....	39
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Risiko Sosial.....	39
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Risiko Psikologis.....	40
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Niat Pembelian.....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji One Sample K-S.....	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Glejser.....	45
Tabel 4.15 Hasil korelasi pengaruh risiko terhadap minat pembelian online.....	46
Tabel 4.16 Pengaruh risiko terhadap minat pembelian online.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Scatterplot.....	1



PENGARUH RISIKO TERHADAP PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE

Disusun oleh:

Willa Aretha Eltea

17 03 23352

Pembimbing

Handoyo Wibisono C.,Drs.,MM.Dr.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas

Atmajaya Yogyakarta, Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta.

Abstrak

Perilaku konsumen selalu berubah-ubah tanpa mengenal waktu dan batas, oleh karena itu sektor bisnis berusaha untuk terus berinovasi agar mereka dapat menemukan apa yang konsumen inginkan. Belanja *online* menjadi salah satu inovasi yang berhasil karena saat ini belanja *online* bisa dikatakan menjadi salah satu kegiatan yang hampir setiap orang pernah lakukan, terutama dilakukan oleh kalangan remaja khususnya kalangan mahasiswa. Walaupun menjadi salah satu kegiatan yang sering dilakukan namun para konsumen tetap selektif dan berhati-hati dalam melakukan belanja *online*. Walaupun kegiatan belanja *online* bermanfaat bagi mereka namun belanja *online* memiliki beberapa resiko yang bisa mempengaruhi niat konsumen. Risiko-risiko yang dapat mempengaruhi niat membeli konsumen yaitu risiko finansial, risiko produk, risiko keamanan, risiko waktu, risiko sosial, dan risiko psikologis. Untuk mengatasi risiko-risiko tersebut pelaku bisnis perlu menyusun strategi yang dapat menurunkan resiko tersebut dan bahkan mampu meningkatkan niat konsumen untuk membeli produk mereka. Salah satu *e-commerce* yang berhasil menjadi salah satu tujuan konsumen untuk membeli produk secara *online* adalah Shopee. Shopee mampu menghilangkan rasa khawatir konsumen yang ingin membeli produk secara *online* melalui strategi dan pengalaman mereka sehingga mereka memiliki banyak konsumen setia. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini berjumlah 240 responden. Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan kuantitatif dengan melakukan survey menggunakan google form yang disebarakan kepada responden yang memenuhi syarat. Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan program pengolahan data SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: risiko keuangan, risiko produk, risiko keamanan, risiko waktu, risiko sosial, risiko psikologis, intensi belanja online.