

**PERAN RISIKO SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* TERHADAP
NIAT BELI ULANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Andre Victorius Ginting

170323879

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

2023

SKRIPSI

**PERAN RISIKO SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* TERHADAP
NIAT BELI ULANG**



Disusun oleh :

Andre Victorius Ginting

170323879

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ellyawati', with a small '2' above the 'y' and a horizontal line below the 'i'.

Dr. J. Ellyawati, MM.

SKRIPSI

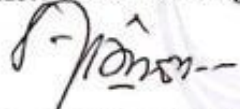
PERAN RISIKO SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* TERHADAP NIAT BELI ULANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Andre Victorius Ginting
170323879


telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 6 Maret 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen
(S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji


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


Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 21 Maret 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

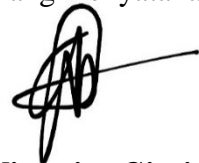
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PERAN RISIKO SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGARUH
PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* TERHADAP NIAT BELI ULANG**

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

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Yang menyatakan,



Andre Victorius Ginting

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala berkat yang telah diberikan pada saya. Karena berkat dan karunianNya yang berlimpah, saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini adalah salah satu syarat yang penulis harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Berkat dari Tuhan juga dicurahkan melalui banyak orang yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan motivasi kepada penulis untuk dapat mampu menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan dan motivasi yaitu kepada:

1. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen dan *staff* Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan layanan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Kedua orang tua dan adik saya yang selalu memberikan dukungan doa dan semangat kepada saya selama masa studi.

5. Saudari Jessy Sesilia yang telah banyak membantu saya selama masa studi dan penulisan skripsi serta memberikan banyak dukungan dan doa kepada saya selama masa studi.
6. Dhimas, Timo, Jeriko, Bertus dan Dwi selaku teman yang memberikan saya dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Para responden yang telah memberikan dukungan dengan mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Semoga Tuhan selalu memberkati bapak, ibu, serta saudara sekalian dengan berkat-berkat yang dibutuhkan, terima kasih.

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Penulis



Andre Victorius Ginting

MOTTO

No One is Coming to Save You.

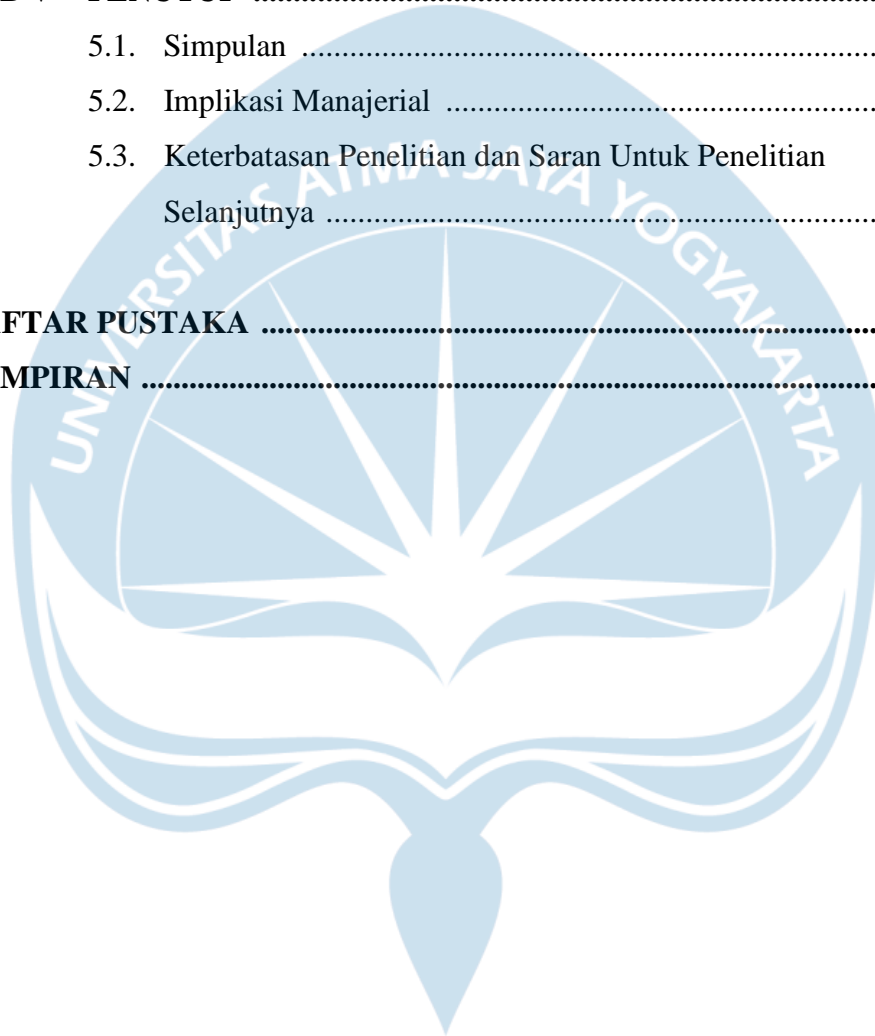


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Pengalaman Belanja <i>Online</i>	14
2.1.2. Persepsi Risiko	15
2.1.3. Niat Beli Ulang	19
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Hipotesis Penelitian.....	25
2.4. Kerangka Penelitian	37

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1.	Metode Pengumpulan Data	38
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.3.	Metode Pengambilan Sampel	39
3.4.	Definisi Operasional.....	39
3.5.	Metode Pengukuran Data	42
3.6.	Metode Pengujian Instrumen	43
3.6.1.	Uji Validitas	43
3.6.2.	Uji Reliabilitas	46
3.7.	Metode Analisis Data	47
3.7.1.	Statistik Deskriptif Karakteristik Demografi Responden .	47
3.7.2.	Penilaian Responden Pada Variabel Penelitian	47
3.7.3.	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	53
4.2.	Deskripsi Penilaian Responden Pada Variabel Penelitian	57
4.2.1.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Pengalaman Belanja	57
4.2.2.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Risiko Produk	59
4.2.3.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Finansial	60
4.2.4.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Risiko Privasi.....	61
4.2.5.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli Ulang	62
4.3.	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	63
4.3.1.	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> -Menilai <i>Outer Model</i>	64

4.3.2. <i>Evaluasi Goodness of Fit – Menilai Inner Model</i>	70
4.3.3. Pengujian Hipotesis	72
4.4. Pembahasan.....	81
BAB V PENUTUP	92
5.1. Simpulan	92
5.2. Implikasi Manajerial	95
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	102

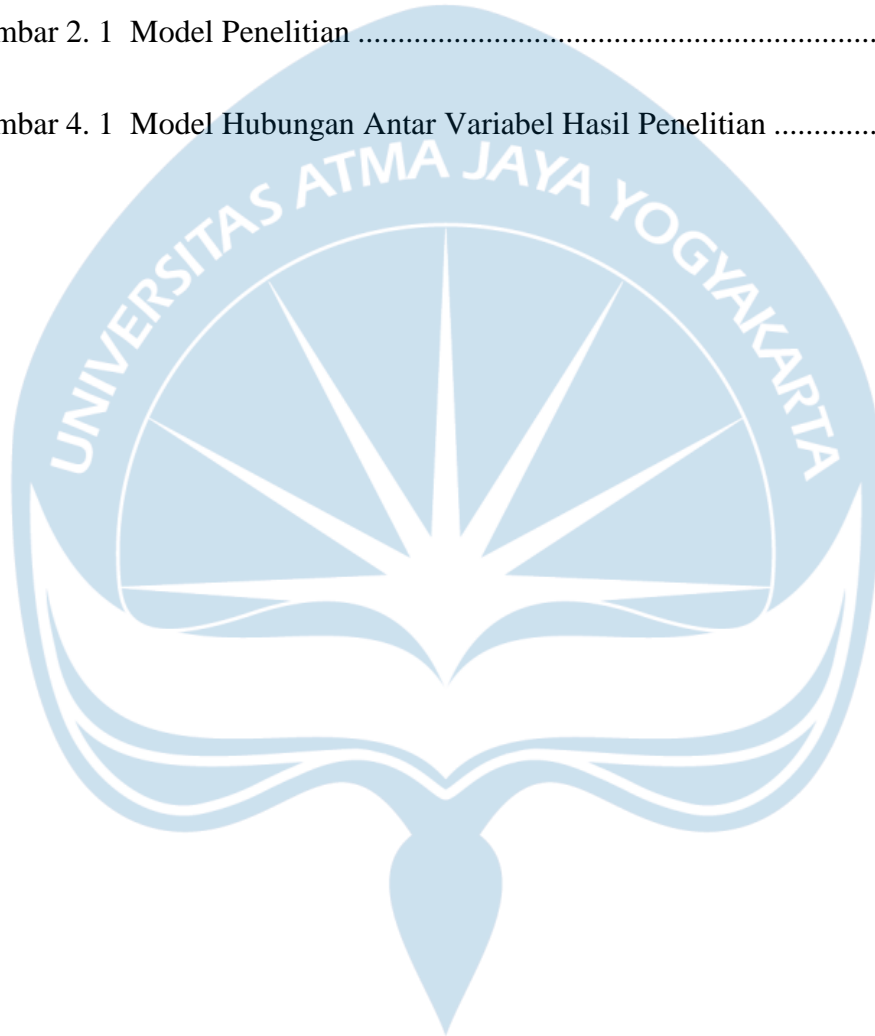


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3.2.	Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3.3.	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.1.	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pembelian Produk Pakaian di Akun Instagram @shilastore_bandung	54
Tabel 4.2.	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Uang yang Dibelanjakan Membeli Produk Pakaian dalam 1 Bulan	56
Tabel 4.5.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Pengalaman Belanja	57
Tabel 4.6.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Risiko Produk	59
Tabel 4.7.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Risiko Finansial	60
Tabel 4.8.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Risiko Privasi	61
Tabel 4.9.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli Ulang ..	62
Tabel 4.10.	<i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	65
Tabel 4.11.	<i>Cross Loading</i>	67
Tabel 4.12.	<i>Construct Reliability & Validity</i>	69
Tabel 4.13.	Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i>	71
Tabel 4.14.	<i>Path Coefficient</i>	72
Tabel 4.15.	Pembuktian Koefisien	80

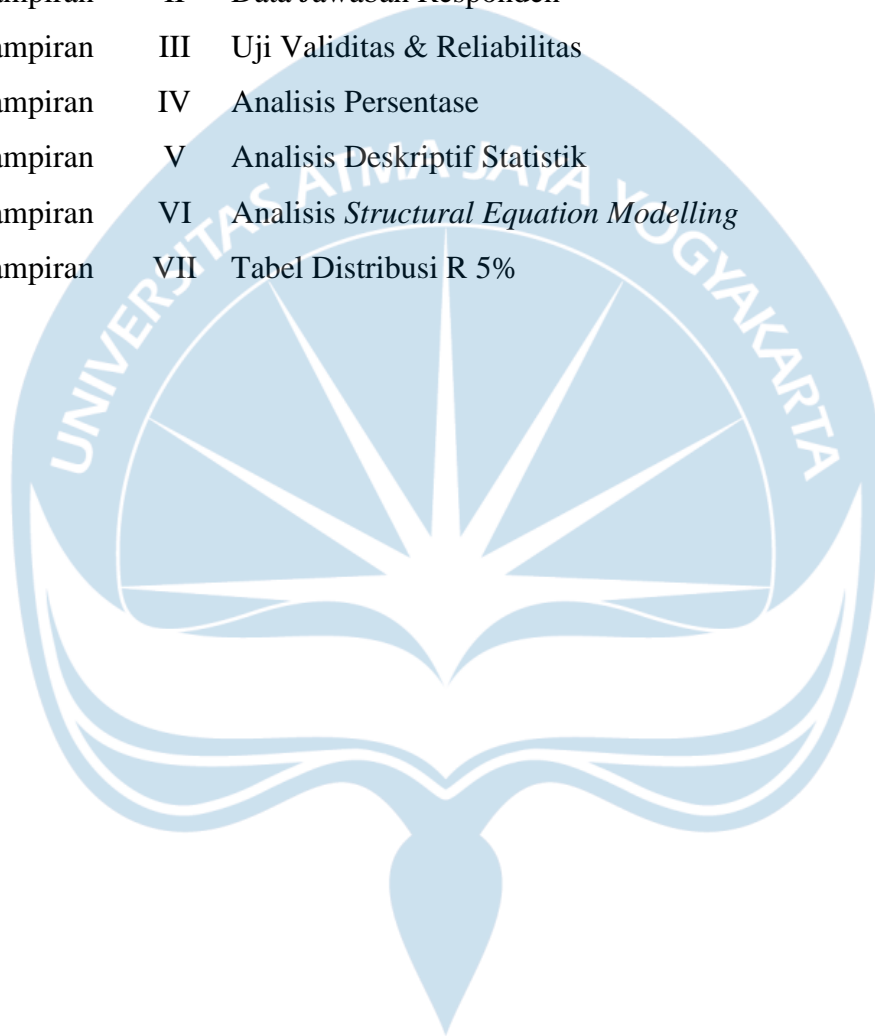
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram @shilastore_bandung	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	37
Gambar 4. 1 Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Uji Validitas & Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Deskriptif Statistik
Lampiran	VI	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R 5%



PERAN RISIKO SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* TERHADAP NIAT BELI ULANG

Disusun oleh :
Andre Victorius Ginting
170323879

Dosen Pembimbing:
Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Niat beli ulang konsumen yang tinggi dapat ditingkatkan dengan memberikan pengalaman belanja yang baik. Melalui pengalaman belanja yang baik, konsumen dapat meminimalisir risiko-risiko yang berkaitan dengan produk, finansial, dan privasi khususnya dalam sistem belanja *online*. Penelitian ini dilakukan pada 200 orang konsumen yang pernah membeli ulang produk-produk yang dijual di akun instagram @shilastore_bandung. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengukuran data menggunakan skala likert, dan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling*.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa: 1) Pengalaman belanja memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan dalam menurunkan persepsi risiko produk, risiko, finansial, dan risiko privasi. 2) Pengalaman belanja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan niat beli ulang. 3) Persepsi risiko produk, risiko, finansial, dan risiko privasi memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan dalam menurunkan niat beli ulang. 4) Persepsi risiko produk, risiko, finansial, dan risiko privasi memediasi pengaruh pengalaman belanja terhadap niat beli ulang.

Kata kunci: Pengalaman Belanja, Risiko Produk, Risiko Finansial, Risiko Privasi,
Niat Beli Ulang.