

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP
KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Della Rosalia

NPM : 11 03 18988

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2016**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP
KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

Disusun oleh :

Della Rosalia

NPM : 11 03 18988

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. J. Ellyawati, MM.

Tanggal 3 Desember 2015

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

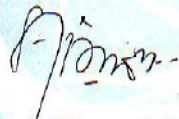
Della Rosalia

NPM : 11 03 18988

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 15 Januari 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

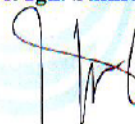


Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Ign. Sukirno, MS.



Dra. AM. Rosa Widjojo, MBA.

Yogyakarta, 15 Januari 2016
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

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

PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*

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 ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Desember 2015

Yang menyatakan



Della Rosalia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
2. Para dosen, staf dan karyawan Fakultas ekonomi yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan pelayanan kepada penulis.
3. Papa dan Mama tercinta, yang telah berkenan memberikan dorongan doa, kasih sayang dan pengorbanan yang tak ternilai. Keindahan dalam hidup ini adalah saat melihat Papa dan Mama Tersenyum bahagia.
4. Saudara-saudaraku semua yang selalu memberikan doa dan dorongan kepada penulis.
5. Teman-teman angkatan 2011 yang selalu meberikan semangat dalam penyelesain skripsi ini.

6. Sahabat dan orang-orang yang telah berjasa kepadaku, yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.
7. Para responden yang telah berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Kuasa Berkenan memberikan berkat kepada kita semua dan membalas kebaikan Bapak/Ibu dan teman-teman semua.

Yogyakarta, Desember 2015

Penulis

Della Rosalia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Pengetahuan diperoleh dengan belajar,
kepercayaan dengan keraguan, keahlian dengan
berlatih, dan cinta dengan mencintai

(Thomas Szasz)

Kupersembahkan skripsi ini teruntuk:

- *Papa & Mama tercinta*
- *Saudara-saudaraku tercinta*
- *Semua orang yang mengasihiku*

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	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
 BAB I Pendahuluan	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
 BAB II Landasan Teori	 7
2.1. Risiko	7
2.2. Kepercayaan	11
2.3. Keputusan Pembelian	16
2.4. Penelitian Terdahulu	22
2.5. Kerangka Penelitian	26
2.6. Hipotesis Penelitian	26
2.7. Kerangka Penelitian	33

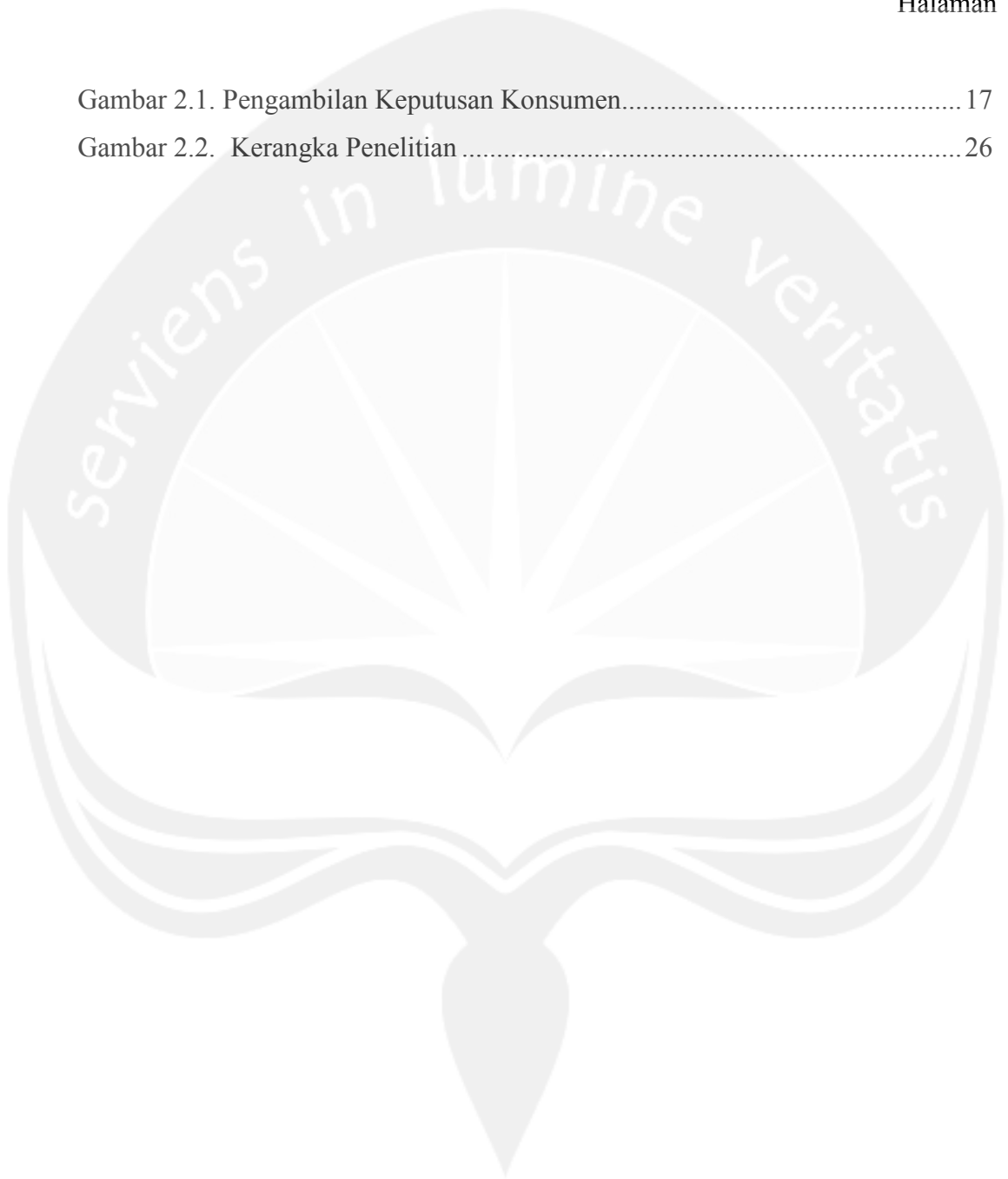
BAB III Metode Penelitian	30
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Populasi, Metode Penentuan Sampel dan Metode Penentuan Jumlah Sampel.....	30
3.3. Metode Pengumpulan Data	32
3.4. Metode Pengukuran Data	32
3.5. Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	32
3.6. Metode Analisis Data	35
BAB IV Analisis Data	37
4.1. Karakteristik Demografi Responden.....	37
4.2. Pengaruh Risiko Finansial, Risiko Produk, Risiko Waktu, Risiko Pengiriman, Risiko Sosial dan Keamanan Informasi Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	40
4.3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.4. Pembahasan.....	46
BAB V Penutup	49
5.1. Kesimpulan	49
5.2. Implikasi Manajerial	51
Daftar Pustaka	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1. Uji Validitas	33
Tabel 3.2. Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Uang Saku.....	38
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di Bisnis <i>Online</i>	38
Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan Bisnis <i>Online</i> yang Paling Sering di Kunjungi	39
Tabel 4.5. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Paling Sering Dibeli di Bisnis <i>Online</i>	40
Tabel 4.6. Pengaruh Risiko Finansial, Risiko Produk, Risiko Waktu, Risiko Pengiriman, Risiko Sosial dan Keamanan Informasi Terhadap Kepercayaan Konsumen	41
Tabel 4.7. Uji Signifikansi Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Regresi
Lampiran	VI	Tabel Distribusi R 5%

PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*

**Disusun oleh :
Della Rosalia
NPM : 11 03 18988**

**Dosen Pembimbing:
Dr. J. Ellyawati, MM.**

Intisari

Pembelian yang dilakukan konsumen melalui media *online* memiliki risiko. Risiko yang harus ditanggung konsumen akan berpengaruh pada tingkat kepercayaan konsumen. Dampak selanjutnya dari kepercayaan konsumen berkontribusi pada pengambilan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh risiko finansial, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, risiko sosial dan keamanan informasi terhadap kepercayaan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk menguji pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen melalui media *online*.

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada 200 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian ulang produk *fashion* secara *online* dalam enam bulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko finansial, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, risiko sosial dan keamanan informasi mampu mempengaruhi 46,3% kepercayaan konsumen pada suatu bisnis *online*. Hasil penelitian ini juga memberikan informasi bahwa 54,4% keputusan pembelian konsumen di bisnis *online* dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen pada suatu bisnis *online*.

Kata kunci : Risiko, Kepercayaan, Keputusan pembelian