

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO,  
DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *MARKETPLACE* SHOPEE  
(STUDI KASUS DI SURABAYA BARAT)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen**



**Oleh:**

**RANU ARSYFANA**

**NPM: 17420072**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2021**

# SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Ranu Arsyfana  
NPM : 17420072  
Alamat : Jl. Gadel Tengah II No. 7, Kec. Tandes, Kota Surabaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 September 2021  
Yang membuat pernyataan



Ranu Arsyfana  
17420072

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

### SKRIPSI

#### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

Diajukan oleh :

RANU ARSYFANA

NPM : 17420072

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, S.E., M.Si.

Tanggal, 01-08-2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Tanggal, 11-08-2021

# SUSUNAN DEWAN PENGUJI

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI

### SKRIPSI

#### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RANU ARSYFANA

NPM : 17420072

#### Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Anggota Dewan Penguji



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, S.E., M.Si.

Wiwik Herawati, S.E., M.Si.



Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto, M.M.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, ..... 11-08-2021 .....



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE” sebagai salah satu syarat penyelesaian program Pendidikan Sarjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan dan petunjuk yang berguna dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr. S.p. THT-KL(K)., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, M.M., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga serta penuh kesabaran dalam mengarahkan, membimbing, mendukung serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Matheous Tumonsang, M.SI selaku Dosen Wali, terima kasih atas saran dan masukan yang diberikan selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, yang telah memberi ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

7. Keluarga saya yang tecinta, orang tua saya, kakak saya, adik-adik saya, dan kerabat saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat motivasi, sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
8. Teman-teman manajemen F 2017 yang telah bersama selama ini, dan teman-teman yang penulis kenal dari tempat ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang dengan sukarela membantu menyelesaikan penulisan ini.
10. Dan untuk mereka yang tidak pernah menyerah kepada saya, terima kasih.

Semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat atas segala kebaikan serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 8 Juli 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

|                                      |      |
|--------------------------------------|------|
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... | II   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....             | III  |
| SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....           | IV   |
| KATA PENGANTAR .....                 | V    |
| DAFTAR ISI .....                     | VII  |
| DAFTAR TABEL .....                   | XII  |
| DAFTAR GAMBAR .....                  | XIII |
| ABSTRAK .....                        | XIV  |
| ABSTRACT.....                        | XV   |
| BAB I PENDAHULUAN.....               | 16   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....     | 16   |
| 1.2 Rumusan Masalah.....             | 20   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....          | 20   |
| 1.4 Sistematika Penulisan .....      | 21   |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....      | 22   |
| BAB II TELAAH PUSTAKA.....           | 23   |
| 2.1 Landasan Teori .....             | 23   |
| 2.1.1 Pemasaran.....                 | 23   |

|                                       |   |           |
|---------------------------------------|---|-----------|
| 2.1.2                                 | Kualitas Pelayanan .....                                      | 24        |
| 2.1.2.1                               | Pengertian Kualitas Pelayanan .....                           | 24        |
| 2.1.2.2                               | Indikator Kualitas Pelayanan .....                            | 25        |
| 2.1.3                                 | Persepsi Risiko .....   | 25        |
| 2.1.3.1                               | Pengertian Persepsi Risiko .....                              | 25        |
| 2.1.3.2                               | Indikator Persepsi Risiko .....                               | 26        |
| 2.1.4                                 | Kemudahan.....  | 27        |
| 2.1.4.1                               | Pengertian Kemudahan.....                                     | 27        |
| 2.1.4.2                               | Indikator kemudahan .....                                     | 28        |
| 2.1.5                                 | Keputusan Pembelian .....                                     | 29        |
| 2.1.5.1                               | Pengertian Keputusan Pembelian.....                           | 29        |
| 2.1.5.2                               | Proses Keputusan Pembelian .....                              | 30        |
| 2.1.5.3                               | Indikator Keputusan Pembelian .....                           | 31        |
| 2.1.6                                 | Hubungan Antar Variabel .....                                 | 33        |
| 2.1.6.1                               | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 33        |
| 2.1.6.2                               | Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian.....    | 33        |
| 2.1.6.3                               | Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian .....         | 34        |
| <b>2.2</b>                            | <b>Penelitian Sebelumnya.....</b>                             | <b>34</b> |
| <b>2.3</b>                            | <b>Hipotesis Dan Model Analisis .....</b>                     | <b>35</b> |
| 2.3.1                                 | Hipotesis .....   | 35        |
| 2.3.2                                 | Model Analisis .....  | 36        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b> |   | <b>37</b> |
| <b>3.1</b>                            | <b>Pendekatan Penelitian .....</b>                            | <b>37</b> |



|               |  |           |
|---------------|--|-----------|
| <b>3.2</b>    | <b>Populasi Dan Sampel .....</b>             | <b>37</b> |
| 3.2.1         | Populasi .....                               | 37        |
| 3.2.2         | Sampel .....                                 | 37        |
| <b>3.3</b>    | <b>Identifikasi Variabel .....</b>           | <b>38</b> |
| <b>3.4</b>    | <b>Definisi Operasional Variabel.....</b>    | <b>39</b> |
| <b>3.5</b>    | <b>Jenis Dan Sumber Data .....</b>           | <b>40</b> |
| 3.5.1         | Jenis Data .....                             | 40        |
| 3.5.2         | Sumber Data .....                            | 41        |
| <b>3.6</b>    | <b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>         | <b>42</b> |
| <b>3.7</b>    | <b>Teknik Analisis Data.....</b>             | <b>42</b> |
| 3.7.1         | Uji Validitas Dan Reliabilitas.....          | 42        |
| 3.7.2         | Analisa Regresi Linier Berganda.....         | 43        |
| 3.7.3         | Uji Hipotesis.....                           | 43        |
| 3.7.3.1       | Uji F .....                                  | 44        |
| 3.7.3.2       | Uji t .....                                  | 45        |
| 3.7.3.3       | Uji R.....                                   | 46        |
| 3.7.3.4       | Uji R <sup>2</sup> .....                     | 46        |
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>47</b> |
| <b>4.1</b>    | <b>Gambaran Umum Subyek Penelitian .....</b> | <b>47</b> |
| 4.1.1         | Gambaran Singkat Perusahaan .....            | 47        |
| <b>4.2</b>    | <b>Deskripsi Hasil Penelitian .....</b>      | <b>47</b> |
| 4.2.1         | Deskripsi Karakteristik Responden .....      | 47        |
| 4.2.1.1       | Deskripsi Responden Berdasarkan usia .....   | 48        |

|            |  |           |
|------------|--|-----------|
| 4.2.1.2    | Deskripsi Responden Berdasarkan jenis kelamin .....  | 49        |
| 4.2.1.3    | Deskripsi Responden Berdasarkan domisili.....  | 49        |
| 4.2.2      | Deskripsi Variabel Penelitian .....  | 50        |
| 4.2.2.1    | Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....   | 51        |
| 4.2.2.2    | Deskripsi Variabel Persepsi Risiko (X2) .....  | 52        |
| 4.2.2.3    | Deskripsi Variabel Kemudahan (X3).....   | 53        |
| 4.2.2.4    | Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....   | 53        |
| <b>4.3</b> | <b>Hasil Analisis Data .....</b>   | <b>54</b> |
| 4.3.1      | Hasil Uji Validitas .....  | 54        |
| 4.3.2      | Hasil Uji Reliabilitas .....   | 56        |
| 4.3.3      | Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....  | 56        |
| <b>4.4</b> | <b>Uji Hipotesis.....</b>  | <b>58</b> |
| 4.4.1      | Hasil Uji F .....  | 58        |
| 4.4.2      | Hasil Uji t .....  | 60        |
| 4.4.3      | Hasil Uji R.....   | 63        |
| 4.4.4      | Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....  | 64        |
| <b>4.5</b> | <b>Pembahasan.....</b>   | <b>65</b> |
| 4.5.1      | Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada <i>Marketplace</i> Shopee ..... | 65        |
| 4.5.2      | Pengaruh Persepsi Risiko (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada <i>Marketplace</i> Shopee .....    | 66        |
| 4.5.3      | Pengaruh Kemudahan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada <i>Marketplace</i> Shopee .....          | 67        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....</b> | <b>68</b> |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>                           | <b>68</b> |
| <b>5.2 Saran .....</b>                                | <b>69</b> |
| <b>5.3 Keterbatasan.....</b>                          | <b>70</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                           | <b>71</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....</b>  | <b>34</b> |
| <b>Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....</b>                                      | <b>39</b> |
| <b>Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....</b>                               | <b>48</b> |
| <b>Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>                      | <b>49</b> |
| <b>Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili .....</b>                           | <b>49</b> |
| <b>Tabel 4.4 Interval Pengukuran .....</b>  | <b>51</b> |
| <b>Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....</b>                         | <b>51</b> |
| <b>Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Persepsi Risiko (X2) .....</b>                            | <b>52</b> |
| <b>Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Kemudahan (X3) .....</b>                                  | <b>53</b> |
| <b>Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....</b>                          | <b>54</b> |
| <b>Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....</b>  | <b>55</b> |
| <b>Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>  | <b>56</b> |
| <b>Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda .....</b>                                       | <b>57</b> |
| <b>Tabel 4.12 Uji Regresi Linier Berganda .....</b>                                       | <b>58</b> |
| <b>Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda .....</b>                                       | <b>60</b> |
| <b>Tabel 4.14 Nilai Koefisien Korelasi .....</b>  | <b>64</b> |
| <b>Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (<math>R^2</math>) .....</b> | <b>64</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Gambar 1.1 Hasil Survei Nasional Penetrasi Pengguna Internet 2018.....</b>                               | <b>16</b> |
| <b>Gambar 1.2 Hasil Survei Ibu Indonesia dan <i>Online Shopping</i> 2018.....</b>                           | <b>18</b> |
| <b>Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian .....</b>   | <b>30</b> |
| <b>Gambar 2.2 Model Konseptual.....</b>   | <b>36</b> |
| <b>Gambar 3.1 Range Pengukuran Skala Likert.....</b>  | <b>40</b> |
| <b>Gambar 3.2 Kurva Distribusi F.....</b>   | <b>44</b> |
| <b>Gambar 3.2 Kurva Distribusi t.....</b>   | <b>45</b> |
| <b>Gambar 4.1 kurva distribusi uji F.....</b>   | <b>59</b> |
| <b>Gambar 4.2 kurva distribusi uji t Kualitas Pelayanan (X3) terhadap<br/>Keputusan Pembelian (Y) .....</b> | <b>61</b> |
| <b>Gambar 4.3 kurva distribusi uji t Persepsi Risiko (X2) terhadap Keputusan<br/>Pembelian (Y) .....</b>    | <b>62</b> |
| <b>Gambar 4.4 kurva distribusi uji t Kemudahan (X3) terhadap Keputusan<br/>Pembelian (Y) .....</b>          | <b>63</b> |

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEMUDAHAN BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu teknik nonprobabilitas dimana peneliti memilih sampel dengan pertimbangan tertentu dengan ciri-ciri yang sudah ditentukan berdasarkan tujuan penelitian, dengan harapan dapat menjawab permasalahan penelitian. Jumlah sampel dalam Penelitian ini sebanyak 80 responden. Pengolahan data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda diolah menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi risiko, dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Hasil adjusted R square sebesar 0,573 menunjukkan bahwa dari persamaan tersebut, perubahan nilai Y dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi risiko, dan kemudahan sebesar 57,3%. Sedangkan sisanya sebesar 0,427 atau 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Risiko, Kemudahan, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

The purpose of this study is to determine whether the QUALITY OF SERVICE, RISK PERCEPTION, AND EASINESS ON PURCHASE DECISIONS ON THE *MARKETPLACE* SHOPEE. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique, which is one of the non-probability techniques in which the researcher selects a sample with certain considerations with characteristics that have been determined based on the research objectives, in the hope of answering research problems. The number of samples in this study were 80 respondents. This research data processing using multiple linear regression analysis processed using SPSS version 20. The results of the study indicate that service quality, risk perception, and easiness simultaneously have a significant effect on purchasing decisions on the *Shopee marketplace*. The results of the adjusted R square of 0.573 indicate that from the equation, the change in the value of Y is influenced by the variables of service quality, risk perception, and convenience of 57.3%. While the remaining 0.427 or 42.7% is influenced by other variables that are not included in this study.

**Keywords : Quality Of Service, Risk Perception, Easiness, Purchase Decisions**