

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI YANG
DIMEDIASI OLEH PERSEPSI RISIKO PADA TOKO ONLINE SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya Pengguna Toko Online Shopee)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

DENADA NUR HARDIYANTI

NPM : 16420006

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2020**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Denada Nur Hardiyanti
NPM : 16420006
Alamat : Jln. Wonorejo III / 3B
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH PERSEPSI RISIKO PADA TOKO ONLINE SHOPEE”
Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

10 Februari 2020.
Surabaya,.....

Yang membuat pernyataan,



(Denada Nur Hardiyanti)
NPM : 16420006

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI YANG
DIMEDIASI OLEH PERSEPSI RISIKO PADA TOKO ONLINE SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya Pengguna Toko Online Shopee)**

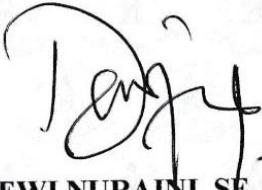
Diajukan oleh:

DENADA NUR HARDIYANTI

NPM : 16420006

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


DEWI NURAINI, SE.,M.SM

Tanggal,
7 Februari 2020

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. SITI DJAMILAH, SE.,M.Si.

Tanggal,
10 Februari 2020

Skripsi

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI YANG
DIMEDIASI OLEH PERSEPSI RISIKO PADA TOKO ONLINE SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya Pengguna Toko Online Shopee)**

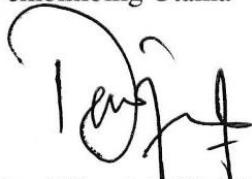
Dipersiapkan dan disusun oleh :

DENADA NUR HARDIYANTI

NPM : 16420006

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dewi Nuraini, SE.,M.SM

Anggota Dewan Penguji Lain



Dra. Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si.



Husni Indrawati Wijaya P.,SE,MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal.....
10 Februari 2020.



Dr. SITI DJAMILAH, SE.,M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dengan judul "**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH PERSEPSI RISIKO PADA TOKO ONLINE SHOPEE**".

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berusaha untuk menyajikan dan menampilkan sebaik mungkin, namun penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak, skripsi ini tidak akan selesai. Oleh sebab itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih 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, MM., MAK. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen, yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu serta penuh kesabaran dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dewi Nuraini, SE, M.SM selaku Dosen Pembimbing, yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu serta penuh kesabaran dalam

mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Kristiningsih, SE, M.Si selaku Dosen Wali, terimakasih atas saran dan masukan yang diberikan terhadap penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih atas kesabaran dalam memberikan ilmu kepada penulis.
7. Kedua orang tua saya terutama Alm. Ayah Hariyanto dan Mama Unik terimakasih telah memberikan yang terbaik selama masa kuliah dan sampai menyelesaikan skripsi. Terimakasih telah menjadi penyemangat, pendorong, serta motivasi yang sangat berpengaruh besar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga yang turut mendukung dan selalu memberikan semangat motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Beauty Halu saya Aliffia Herfina Firdaus, Silvia Murni Asih, Leny Nur Khamidah, Ericha Virdana Prastika yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman SD saya, Ratih dan Richo yang selalu menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan saya Manajemen kelas F 2016 terima kasih dukungan serta motivasinya agar penulis cepat menyelesaikan skripsi.

12. Teman-teman SMK saya : Fanny, Arnov, Andini, Adel terimakasih telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman kantor Sakti Motor yang telah mensupport saya selama menyelesaikan skripsi ini.
14. Adi Prasetyono yang telah membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman-teman ORMAWA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Universitas Wijaya Kusuma Surabaya untuk ilmu non akademiknya, dukungan dan bantuannya.

Semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikannya 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, Januari 2020
Penulis

Denada Nur Hardiyanti

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pernyataan Bebas Plagiat	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
<i>Abstract</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Skripsi.....	7

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	9
2.1.1.1 Faktor Terbentuknya Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	10
2.1.1.2 Jenis-Jenis Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	12
2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Membentuk Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	13
2.1.1.4 Indikator Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	15
2.1.2 Persepsi Risiko.....	15
2.1.2.1 Dimensi Persepsi Risiko	16
2.1.2.2 Indikator Persepsi Risiko.....	17

2.1.3 Minat Beli.....	18
2.1.3.1 Pengertian Minat Beli.....	18
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	18
2.1.3.3 Indikator Minat Beli	19
2.1.4 Hubungan Antara Kepercayaan dan Persepsi Risiko.....	20
2.1.5 Hubungan Antara Persepsi Risiko dan Minat Beli	21
2.1.6 Hubungan Antara Kepercayaan dan Minat Beli	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Hipotesis dan Model Analisis.....	23
2.3.1 Hipotesis	23
2.3.2 Model Analisis	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sample	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	26
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.3. Identifikasi Variabel	27
3.4. Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1 Kepercayaan	28
3.4.2 Persepsi Risiko.....	29
3.4.3 Minat Beli	29
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.5.1 Jenis Penelitian	30
3.5.2 Sumber Data.....	30
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	31
3.7 Teknik Analisis.....	33
3.7.1 Uji Instrumen	33
3.7.1.1 Uji Validitas	33
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	34
3.7.2 Teknik Analisis Data	35

3.7.2.1 Analisis Deskriptif	35
3.7.2.2 Analisis Regresi	35
3.7.3 Uji Hipotesis	36
3.7.3.1 Uji Parsial (Uji t)	36
3.7.3.2 Uji Sobel.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Deskriptif Data Responden	38
4.2.1.1 Deskripsi Responden Menurut Usia	38
4.2.1.2 Deskripsi Responden Menurut Penghasilan / Uang Saku per Bulan	39
4.2.1.3 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	40
4.2.1.4 Deskripsi Responden Menurut Rata-Rata Akses Situs Shopee Dalam Seminggu	41
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	42
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan (<i>Trust</i>)	43
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Persepsi Risiko.....	45
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Minat Beli	48
4.3 Analisis Data	50
4.3.1 Uji Instrumen	50
4.3.1.1 Uji Validitas	50
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.4 Uji Hipotesis	52
4.4.1 Regresi Model I.....	52
4.4.2 Regresi Model II	55
4.4.3 Uji Sobel	59
4.5 Pembahasan	61
4.5.1 Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan Terhadap Persepsi Risiko	60
4.5.2 Hasil Pengujian Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli	61
4.5.3 Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli ...	61

4.5.4 Hasil pengujian pengaruh tidak langsung kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Risiko Sebagai Variabel Mediasi ..	62
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
5.1 Simpulan	63
5.2. Saran	63
5.3 Keterbatasan.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert Untuk Mengukur Kuisioner	32
Tabel 4.1 Komposisi Responden Menurut Usia.....	38
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Penghasilan / Uang Saku Perbulan.....	39
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	40
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Menurut Rata-Rata Akses Shopee Dalam Seminggu.....	41
Tabel 4.5 Distribusi Nilai Variabel Kepercayaan	44
Tabel 4.6 Distribusi Nilai Variabel Persepsi Risiko	46
Tabel 4.7 Distribusi Nilai Variabel Minat Beli	49
Tabel 4.8 Uji Validitas	50
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.10 Uji Pengaruh Individual (Uji t) Model I.....	55
Tabel 4.11 Uji Pengaruh Individual (Uji t) Model II	54
Tabel 4.13 Uji Sobel	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1Hasil Uji t Kepercayaan Terhadap Persepsi Risiko .	54
Gambar 4.2 Hasil Uji t Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	57
Gambar 4.3 Hasil Uji t Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli....	59
Gambar 4.4 Hasil Uji F Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Kuisioner
- Lampiran 3 Statistik Deskriptif
- Lampiran 4 Rata-Rata Jawaban Kuisioner
- Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Analisis Regresi Sederhana
- Lampiran 7 Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 8 Hasil Uji Sobel

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat beli yang dimediasi oleh persepsi risiko pada Toko Online Shopee. Angkatan 2016-2017 mahasiswa / mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang menjadi populasi dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan 100 orang sebagai sampel. Dalam penelitian ini digunakan metode penarikan sampel secara tidak acak, dengan prosedur teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan analisis Regresi Bertingkat yang dioperasikan melalui program SPSS dan Uji Sobel dengan bantuan website. Hasil daripada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi risiko pada toko online Shopee. Variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko online Shopee. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko online Shopee. Dan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli yang dimediasi oleh persepsi risiko.

Kata kunci : Kepercayaan, Persepsi Risiko, Minat Beli.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the trust variable on buying interest mediated by risk perception in Shopee Online Stores. Class 2016-2017 students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya, which became the population in this study. In this study used 100 people as samples. In this study a non-random sampling method was used, with the procedure of determining the sample with certain considerations. In this research the data analysis technique uses Multilevel Regression analysis which is operated through the SPSS program and Sobel Test with the help of a website. The results of this study indicate that the trust variable has a significant effect on risk perception in Shopee online stores. Variable risk perception significantly influence buying interest in Shopee online stores. The trust variable has a significant effect on buying interest in Shopee online stores. And the trust variable has a significant effect on buying interest mediated by risk perception.

Keywords: ***Trust, Risk Perception, Purchase Interest.***

