

**PENGARUH PRESEPSI RESIKO KEPERCAYAAN DAN  
KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
ONLINE DIMASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana manajemen program studi manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**LIANA**

**NPM: 17420136**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Liana  
NPM : 17428136  
Alamat : Dsn. Berbeluk Timur  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa kripsi dengan judul **“Pengaruh Presepsi Resiko Kepercayaan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimasa Pandemi Covid-19”** bukan merupakan plagiasi atau saluran dari kripsi dari 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 sebagai mana mestinya.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan

  
  
Liana  
17420136

**SKRIPSI**

**PENGARUH PRESEPSI RESIKO KEPERCAYAAN DAN  
KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ONLINE DIMASA PANDEMI COVID-19**

**Diajukan Oleh:**

**LIANA**

**NPM: 17420136**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



**Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M.Si.**

Tanggal,

KETUA PROGRAM STUDI



**Dr. Kristiningsih, SE, Msi**

Tanggal,

SKRIPSI

**PENGARUH PRESEPSI RESIKO KEPERCAYAAN DAN  
KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ONLINE DIMASA PANDEMI COVID-  
19**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Liana  
Npm : 17420136**

Susunan dewan penguji

Pembimbing Utama



**Dr. DWI BHAKTI IRIANTI. SE . M. Si.**

Anggota Dewan Penguji



**LESTARI SE. MM**



**WIWIK HERAWATI, SE., MM**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh gelar sarjana ekonomi

Tanggal,



**Dr. KRISTININGSIH. SE., M. Si Ketua Program Studi**

## **KATA PENGANTAR**

Dengan rahmat puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat hidayah karunia-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH PRESEPSI RESIKO KEPERCAYAAN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DIMASA PANDEMI COVID-19” dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada penyusunan skripsi ini banyak rintangan dan hambatan yang dihadapi oleh penulis, namun berkat bantuan dari semua pihak dan kehendak tuhan penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Selain itu penulis sebagai manusia biasa menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati kiranya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Sri Harmadji., dr, Sp.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. Kristiningsih, SE, Msi selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bantuan serta bimbingan dan dorongan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Evianah, SE. Msi. selaku dosen wali yang telah mengarahkan dan memberi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pelajaran selama mengemban ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

7. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang memberikan informasi dan fasilitas terkait program skripsi.

8. Orang tua tercinta Almarhum Ayah dan Ibu yang selalu memberi doa, semangat dan dukungan tanpa lelah untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Kakak yang tidak kenal letih, selalu memberi semangat, dukungan dan motivasi kak Soleh dan Kak Imam, kak eka.

10. Keluarga yang ada disurabaya Aba dan Ibu yang selalu memberi doa, semangat dan dukungan dan memberikan kehangatan keluarga yang indah.

11. Lumanah, Ery Sahabat yang tidak kenal lelah mengingatkan dan selalu memberikan semangat untuk selalu berjuang untuk segera lulus.

12 Teman-teman seperjuangan Manajemen G Amell, Alda, Frisca, Mas pras, Mas Topo, dan teman-teman lain yang saling memberi dukungan, bantuan serta informasi agar dapat lulus tepat waktu.

13 Last but not least, saya ingin berterimakasih kepada diri saya yang sudah percaya terhadap diri sendiri, terimakasih kepada diri saya yang sudah berani, terima kasih kepada diri saya yang sudah bertahan sampai detik ini, terimakasih untuk diri saya yang percaya bahwa hidup ini memanglah keras, and finally, I did.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat menambah khazanah pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya,

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	9
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	12
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	13
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	14
<b>ABSTRACT</b> .....	15
<b>ABSTRAK</b> .....	16
<b>BAB I</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PENDAHULUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>1.5 Sistematika Penulisan</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB II</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>TELAAH PUSTAKA</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.1.1 Pemasaran Online</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.1.2 Perilaku Konsumen</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.1.3 Ketelibatan Konsumen</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.2 Persepsi Risiko</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.2.1 Pengertian Persepsi Risiko</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.3 Kepercayaan</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.3.1 Pengertian Kepercayaan</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.3.2 Indikator Kepercayaan</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.4 Kelengkapan Produk</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.4.1 Pengertian Kelengkapan Produk</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.4.2 Indikator Kelengkapan Produk</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.5 Keputusan Pembelian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian</b> ...	Error! Bookmark not defined.



2.5.3 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.4 Peran Dalam Keputusan Pembelian .....	Error! Bookmark not defined.
2.5.5 Indikator Keputusan Pembelian .....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Hubungan Antar Variable .....	Error! Bookmark not defined.
2.6.1 Pengaruh Persepsi Risiko (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	Error! Bookmark not defined.
2.6.2 Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	Error! Bookmark not defined.
2.6.3 Pengaruh Kelengkapan Barang (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Penelitian Sebelumnya.....	Error! Bookmark not defined.
2.8 Hipotesa Dan Kerangka Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
2.8.1 Hipotesa .....	Error! Bookmark not defined.
2.8.2 Kerangka Pemikiran .....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi Dan Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Identifikasi Variable .....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis Dan Sumber Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis Dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Sumber Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Metode Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1.1 Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1.2 Uji Realibilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.3 Uji Regresi .....	Error! Bookmark not defined.

3.8.4 Pengujian Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
3.8.5 Uji Dominan .....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV .....	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENEILITIAN DAN PEMBAHASAN .....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Data Jenis Kelamin Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Melakukan Pembelian Secara Online .....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Data Deskriptif .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Presepsi Risiko (X1).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X2) .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kelengkapan Produk (X3) ...	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Analisis Model Atau Pengujian Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Instrument.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Asumsi Klasik .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.5 Hasil Uji Dominan .....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Pengaruh Presepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimasa Pandemic Covid-19.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimasa Pandemi Covid-19.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Pengaruh Kelengkapan Barang Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimasa Pandemi Covid-19 .....	Error! Bookmark not defined.
BAB V .....	Error! Bookmark not defined.
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	Error! Bookmark not defined.

<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.3 Keterbatasan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1 .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3.1 .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4.1 .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.2 .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.3 .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.4 .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel4.5 .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.6 .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.7 .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.8 .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.9 .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.10 .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4.11 .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.12 .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.13 .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.14 .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4.15 .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.16 .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1.....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 4.1.....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 4.2.....</b>	<b>69</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Statistik SPSS IMB 26.0 Hasil Pengolahan Data

## ABSTRACT

This study intends to understand the impact of risk perception, trustworthiness and completeness of goods on online purchasing decisions during the covid-19 pandemic. This research is expected to be a reference for e-commerce to increase risk perception and trust in online purchasing decisions during the COVID-19 pandemic. Quantitative research used in this study. The non-probability sampling method using a research questionnaire was to collect data. The respondents of this study were the population of this study were 90 people and the samples were given to more than 100 people. Data Analysis Techniques Based on Multiple Linear Regression Regression with the help of IBM SPSS statistics 26.0. In this study, the first and second hypotheses were omitted, while the third hypothesis was confirmed. The completeness of goods has a significant influence on increasing online purchasing decisions during the Covid-19 pandemic, while risk perception and there is no evidence that online buyer trust is influenced by a lack of online purchasing trust. during the covid-19 pandemic. This is because the public or consumers are more concerned with the completeness of the necessary goods that are always available.

Keywords: influence, risk perception, trust, completeness of goods, purchasing decisions.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bermaksud untuk memahami dengan dampak Pengaruh persepsi risiko, kepercayaan dan kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian secara online dimasa pandemi covid-19. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi terhadap e-commerce untuk meningkatkan persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online dimasa pandemic covid-19. Penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Metode non probability sampling dengan menggunakan kuesioner penelitian ini mengumpulkan data. Responden penelitian ini adalah Populasi dari penelitian ini ada 90 orang dan Sampel yang diberikan kepada lebih dari 100 orang. Teknik Analisis Data Berdasarkan Regresi Regresi Linier bergandadengan bantuan IBM SPSS statistic 26.0. Dalam penelitian ini, hipotesis pertama dan kedua dihilangkan, sedangkan hipotesis ketiga dikonfirmasi. Kelengkapan barang memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian secara online dimasa pandemi Covid-19, sedangkan persepsi risiko dan tidak ada bukti bahwa kepercayaan pembeli online dipengaruhi oleh kurangnya kepercayaan pembelian online. dimasa pandemic covid-19. Hal ini dikarenakan masyarakat atau konsumen lebih mementingkan kelengkapan barang yang diperlukan selalu tersedia.

**Kata Kunci: pengaruh, persepsi risiko, kepercayaan, kelengkapan barang, keputusan pembelian.**