

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN TRANSAKSI, HARGA, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI AKAN RISIKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN
E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro)

SKRIPSI



Oleh :

RAHMAT MUSTAKIM

NPM 17610047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN TRANSAKSI, HARGA, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI AKAN RISIKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN
E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro)

SKRIPSI

Oleh :

Rahmat Mustakim

NPM 17610047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN TRANSAKSI, HARGA,KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI AKAN RISIKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN
E-COMMERCE SHOPEE**

(Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro)

Rahmat Mustakim, Dr. H. Febriyanto², M.M., H. Suryadi², S.E.,M.M
ABSTRAK

Rahmat Mustakim, Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Situs Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro)". Pembimbing Dr. H. Febriyanto², M.M., H. Suryadi², S.E.,M.M.

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi pada saat ini berkembang sangatlah pesat dan sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari terutama kehidupan yang ada di Indonesia. Semua ini dapat dilihat dari besar dan banyaknya pengguna internet di Indonesia pasti ada penyebabnya, salah satunya adalah berkembangnya infrastruktur dan yang kedua mudah di dapatkannya *gadget* dengan harga yang murah.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. 2) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. 3) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. 4) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* melalui Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. 5) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. 6) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepercayaan, keamanan, harga, kualitas pelayanan, dan persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro... Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 72 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian. 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keamanan terhadap keputusan pembelian. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Harga terhadap keputusan pembelian 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian 5) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan semua variabel terhadap keputusan pembelian.

**kata kunci : kepercayaan, keamanan, harga, kualitas pelayanan, dan
persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian**

ABSTRACT

Rahmat Mustakim, The Effect of Trust, Security, Price, Service Quality and Perception of Risk on Purchase Decisions for E-Commerce Consumers through the Shopee Site (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhamadiyah Metro)". Advisor Dr. H. Febriyanto², M.M., H. Suryadi², S.E., M.M.

The development and progress of information technology is currently growing very rapidly and is very influential in everyday life, especially life in Indonesia. All of this can be seen from the large and large number of internet users in Indonesia, there must be a reason, one of which is the development of infrastructure and the second is easy to get gadgets at low prices.

This study aims to 1) To find out whether there is an influence of trust on purchasing decisions on Shopee E-commerce consumers on students at the University of Muhamadiyah Metro. 2) To find out whether there is a security effect on purchasing decisions on Shopee E-commerce consumers at the University of Muhamadiyah Metro students. 3) To find out whether there is an effect of price on purchasing decisions on Shopee E-commerce consumers at the University of Muhamadiyah Metro students. 4) To find out whether there is an effect of service quality on purchasing decisions for E-commerce consumers through Shopee for students at the University of Muhamadiyah Metro. 5) To find out whether there is an effect of perception of risk on purchasing decisions on Shopee E-commerce consumers for students at the University of Muhamadiyah Metro. 6) To find out whether there is an effect of trust, security, price, service quality, and perception of risk on purchasing decisions on Shopee E-commerce consumers at Muhamadiyah Metro University students... In this study, the population was FEB students, Muhamadiyah University Metro Teknik sampling using accidental sampling with a total sample of 72 people. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale.

The results show that 1) there is a positive and significant influence between trust on purchasing decisions. 2) there is a positive and significant influence between security on purchasing decisions. 3) there is a positive and significant effect of price on purchasing decisions 4) there is a positive and significant influence on the quality of service on purchasing decisions 5) there is a positive and significant influence on the perception of risk on purchasing decisions 4) there is a positive and significant influence on all variables on buying decision.

keywords: trust, safety, price, service quality, and perception of risk on purchasing decisions

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN TRANSAKSI, HARGA, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI AKAN RISIKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN
E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro)

Rahmat Mustakim

NPM.17610047

Telah Disetujui Oleh :

Dosen pembimbing I.


Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

Dosen pembimbing II.

H. Suryadi, S.E..M.M
NIDN.0229115901

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. H. Febriyanto, M.M.
NIDN.0223027901

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI
SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN TRANSAKSI, HARGA,KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI AKAN RISIKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN
E-COMMERCE SHOPEE**

(Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro)

**Rahmat Mustakim
17610047**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 September 2022
Tempat Ujian : Ruang sidang FEB UM metro

Tim Penguji,

Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

Ketua Penguji

H. Suryadi, S.E.,M.M
NIDN : 0206068604

Sekretaris

H. Suwarto, S.E.,M.M.
NIDN. 0210036801

Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan,



MOTTO HIDUP

“Barang Siapa Keluar Untuk Mencari Sebuah Ilmu, Maka ia Akan Berada Di Jalan Allah Hingga Kembali”.

HR Tirmidzi

Sesungguhnya Bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada tuhan, berharaplah

(QS Al-Insyirah :68)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini maka penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat dan ridho-Nya.
2. Kedua orang tua saya, Bapak (Suwandi) dan Ibu (Haryani) yang telah mengisi dunia saya dengan penuh kebahagiaan, selalu memberikan kasih sayang tiada henti, memberikan dukungan, serta do'a untuk keberhasilan saya. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan untuk bapak dan ibu. Tanpa bapak dan ibu, saya bukan apa-apa.
3. Kakak tersayang Wendi Arya Saputra yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
4. Terimakasih, untuk orang yang sepesial dalam hidupku (Khusnul Khotimah S.Pd) yang selalu memberi suport, dan menemani ku sampai aku menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Para rekan-rekan seperjuangan khususnya Prodi Manajemen angkatan 2017 yang telah menjadi bagian dari cerita dalam perjalanan kuliahku
6. Serta Almamater kebanggan Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran tuhan yang maha esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tanpa suatu halangan apapun, dengan judul skripsi **“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Situs Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro)”**.

Penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala selama penyusunan Skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwarto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
3. Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah dan selaku pembimbing I yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaiannya Skripsi ini.
4. Suryadi, S.E., M.M. sebagai pembimbing II yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaiannya Skripsi ini
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan, pikiran, waktu, tenaga serta pengalaman

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Mustakim
NPM : 17610047
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Transaksi, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kepada Konsumen E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro)" adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi ini, maka saya bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun.

Metro, 19 September 2022





UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 3212/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	Rahmat Mustakim
NPM	:	17610047
Jenis Dokumen	:	SKRIPSI

Judul:

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN TRANSAKSI, HARGA,KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI AKAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi Turnitin. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase ≤20%. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 19 September 2022

Kepala Unit,



**Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801**

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Irungmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	x
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. sistematika penulisan.....	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Literatur	8
1. E-Commerce	8
2. Kepercayaan	9
3. Keamanan Transaksi	11
4. Harga	14
5. Kualitas Pelayanan.....	17
6. Persepsi akan Risiko.....	19
7. Keputusan Pembelian	20
B. Penelitian Relevan	22
C. Kerangka Pemikiran.....	24

D. hipotesis penenlitian	26
--------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	27
B. Objek penelitian.....	27
C. Metode Penelitian.....	27
D. populasi dan sampel	32
E. sumber data.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data.....	34
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	35
a. Uji Validitas.....	35
b. Uji reliabilitas	36
2. Pengujian Persyaratan Analisis	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Linearitas.....	37
c. Uji Homogenitas	37
3. Model Analisis	37
a. Analisis Regresi Linier Berganda	37
b. Uji t.....	38
c. Uji F.....	38
d. Uji R ² Determinasi	39
e. Hipotesis Statistik	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
1. Sejarah singkat perusahaan	41
2. Struktur organisasi.....	42
3. Tugas pokok	43
B. Hasil Penelitian.....	47
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	47
a. Uji validitas	47
b. Uji reliabilitas	55
2. Frekuensi data kuisioner	57
3. Pengujian Persyaratan Analisis	67
a. Uji Normalitas	67
b. Uji Lineritas.....	71
c. Uji homogenitas.....	74

4. Uji Persamaan	76
a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	76
b. Uji Parsial (Uji T)	77
c. Uji Signifikansi (Uji F)	78
d. Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	79
e. Hipotesis Statistik	80
C. Pembahasan.....	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Pengujung <i>E-commerce</i>	3
Table 2 Data nilai transaksi <i>E-commerce</i>	4
Tabel 3 penelitian terdahulu	21
Tabel 4 Operasional Variabel	31
Tabel 5 Skala Likert	31
Tabel 6 Uji validitas (x1).....	46
Tabel 7 Uji validitas (x1).....	47
Tabel 8 Uji validitas (x2).....	48
Tabel 9 Uji validitas (x2).....	49
Tabel 10 Uji validitas (x3)	50
Tabel 11 Uji validitas variabel (X_3)	50
Tabel 12 Uji validitas variabel (X_4)	51
Tabel 13 Uji validitas (x4)	52
Tabel 14 Uji validitas (x5)	53
Tabel 15 Uji validitas i(x5).....	54
Tabel 16 Uji validitas (Y).....	55
Tabel 17 Uji validitas (Y).....	56
Tabel 18 Hasil Uji Reliabilitas X_1	56
Tabel 19 Hasil Uji Reliabilitas X_2	57
Tabel 20 Hasil Uji Reliabilitas X_3	57
Tabel 21 Hasil Uji Reliabilitas X_4	57
Tabel 22 Hasil Uji Reliabilitas X_5	57
Tabel 23 Hasil Uji Reliabilitas Y	58
Tabel 24 distribusi frekuensi data (x1).....	58
Tabel 25 distribusi frekuensi data (x2).....	60
Tabel 26 distribusi frekuensi data X3	61
Tabel 27 distribusi frekuensi data (x4).....	62
Tabel 28 distribusi frekuensi data X5	64
Tabel 29 distribusi frekuensi data Y	66
Tabel 30 Hasil uji normalitas.....	67
Tabel 31 Hasil uji linieritas x1 dan y	71
Tabel 32 Hasil Uji Linearitas x2 dan y	72
Tabel 33 Hasil uji linieritas x3 dan y	72

Tabel 34 Hasil Uji Linearitas x_4 dan y	73
Tabel 35 Hasil uji linieritas x_5 dan y	74
Tabel 36 uji homogenitas x_1 dan y	74
Tabel 37 uji homogenitas x_2 dan y	75
Tabel 38 uji homogenitas x_3 dan y	75
Tabel 39 uji homogenitas x_4 dan y	75
Tabel 40 uji homogenitas x_5 dan y	76
Tabel 41 Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 42 Hasil Pengujian bersama-sama (Uji F).....	78
Tabe 43 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R^2)	79
Tabel 44 Hasil Uji Hipotesis x_1 dan y	80
Tabel 45 Uji Hipotesis x_2 dan y	81
Tabel 46 Hasil Uji Hipotesis x_3 dan y	82
Tabel 47 Uji Hipotesis x_4 dan y	82
Tabel 48 Uji Hipotesis x_5 dan y	83
Tabel 49 Uji Hipotesis x_1, x_2, x_3, x_4, x_5 dan y	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3 hisotgaram skor variabel X ₁	55
Gambar 4 hisotgaram skor variabel X ₂	57
Gambar 5 hisotgaram skor variabel X ₃	59
Gambar 6 hisotgaram skor variabel X ₄	61
Gambar 7 hisotgaram skor variabel X ₅	63
Gambar 8 hisotgaram skor variabel Y	65
Gambar 9 hisotgaram normalitas variabel X ₁	68
Gambar 10 hisotgaram normalitas variabel X ₂	69
Gambar 11 hisotgaram normalitas variabel X ₃	69
Gambar 12 hisotgaram normalitas variabel X ₄	70
Gambar 13 hisotgaram normalitas variabel X ₅	70
Gambar 14 hisotgaram normalitas variabel Y	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	89
Lampiran 2. Tabulasi Skor Hasil Kuesioner	103
Lampiran 3. Uji Validitas dan reliabilitas.....	128
Lampiran 4. Persyaratan analis	137
Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda	139
Lampiran 6 Uji hipotesis statistik	140
Lampiran 7 Tabel r	141
Lampiran 8 Tabel t	143
Lampiran 9 Tabel f	145
Lampiran 10 Tabel lineritas	147