

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA UBER TAKSI**

SKRIPSI



Nama : Johan Permana

NIM : 43111120049

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2016

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA UBER TAKSI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Johan Permana

NIM : 43111120049

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Johan Permana

NIM : 43111120049

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2016



Johan Permana

NIM : 43111120049

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Johan Permana
NIM : 43111120049
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan
Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Uber Taksi
Tanggal Lulus Ujian : 29 Agustus 2016

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Dr. Rina Astini, SE., MM.,

M. Rizki Sadikin, BBA., MBA

Tanggal : 3/9 2016

Tanggal : 29.08.2016

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA

Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 03.09.2016

Tanggal : 3/9 2016

ABSTRACT

The purpose of the research to test whether the trust, risk perception, ease of use perception and price influence on purchase decisions Uber taxi service. The object of the research are employees who use the services of Uber taxi as a means of transportation and located in South Jakarta. This research was conducted on 249 respondents using quantitative techniques by using sample non probability accidental. Data collection instrument using a questionnaire with Likert scale. The statistical tool software LISREL version 8.80. The result of this research shows that either partially, trust variable affect the purchase decisions variable that has a value of 4,42, risk perception variable not affect the purchase decisions variable that has a value of -0,95, ease of use perception variable affect the purchase decisions variable that has a value of 3,76 and price variable affect the purchase decisions variable that has a value of 2,58.

Keywords: *trust, risk perception, ease of use perception, price, purchase decisions.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah kepercayaan, persepsi risiko, persepsi kemudahan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Uber taksi. Objek penelitian ini adalah karyawan yang menggunakan jasa Uber taksi sebagai sarana transportasi dan berlokasi di Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan terhadap 249 responden dengan menggunakan teknik kuantitatif dan menggunakan sampel *non probability accidental*. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala Likert. Alat statistic yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Data dianalisis dengan menggunakan software statistik LISREL versi 8.80. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kepercayaan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian yang memiliki nilai 4,42, variabel persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai -0,95, variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian yang memiliki nilai 3,76 dan variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai 2,58.

Kata kunci : *kepercayaan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, harga, keputusan pembelian.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Uber Taksi”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis akan berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak M. Soelton Ibrahim, S.Psi., MM, selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si selaku Sekretaris 2 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Orang tua tercinta Bapak Sugito dan Ibu Sudarsih yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dewi Retnoyanti dan Aisyah ZPZ yang tiada lelahnya memberikan semangat dan doa kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
9. Rekan – rekan seperjuangan menyusun skripsi di Manajemen Pemasaran (Puji, Ellen, Mas Dwi, Esty, Hilda, Maman dan Desy) yang telah banyak membantu serta banyak cerita dibalik penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin bisa di lupakan.
10. Pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir

kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 30 Agustus 2016

Johan Permana



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	15
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Kontribusi Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	18
1. Manajemen Pemasaran	18
2. Pemasaran Jasa	19

3. Perilaku Konsumen	20
4. Kepercayaan	21
5. Persepsi Risiko	23
6. Persepsi Kemudahan	26
7. Harga	28
8. Keputusan Pembelian	31
9. Penelitian Terdahulu	36
10. Hubungan Antar Variabel	39
B. Rerangka Pemikiran	43
C. Hipotesis	44
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	45
B. Desain Penelitian	45
C. Definisi Dan Operasional Variabel	46
1. Pengertian Variabel	46
2. Definisi Operasional Variabel	47
D. Pengukuran Variabel	52
E. Populasi Dan Sampel	53
1. Populasi	53
2. Sampel	53
F. Teknik Pengumpulan Data	54
G. Jenis Data Penelitian	55

H. Metode Analisis	55
1. SEM (Structural Equation Modeling)	55
2. Uji Validitas	63
3. Uji Reliabilitas	63
4. Pengujian Hipotesis	65
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	68
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	70
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	71
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	72
5. Deskripsi Jawaban Responden	73
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel	78
1. Hasil Uji Validitas Variabel	78
2. Hasil Uji Reliabilitas	83
D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran	84
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran Masing-Masing Variabel ..	84
2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	93
3. Modifikasi Model	95

4. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	97
5. Pengujian Hipotesis Penelitian	99
E. Analisis Hasil Penelitian	102
1. Analisis Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	102
2. Analisis Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian	103
3. Analisis Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian .	104
4. Analisis Harga Terhadap Keputusan Pembelian	105
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	36
3.1	Tabel Operasional Variabel	48
3.2	Tabel Skala Likert.....	52
3.3	Tabel Goodnes of Fit Index	60
4.1	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	73
4.2	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Risiko	74
4.3	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .	75
4.4	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	76
4.5	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	77
4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	78
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko	79
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan	80
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	81
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	82
4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian	83
4.12	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	95

4.13	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	97
4.14	Hasil Uji Kecocokan Model (T-Value).....	99
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	100



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tingkat Penetrasi Taksi di Kota Besar.....	2
1.2	Tingkat Urbanisasi di Beberapa Negara	3
1.3	Pertumbuhan Pengguna Aplikasi Uber Taksi	5
1.4	Rating Kemudahan Dalam Registrasi dan Pemesanan	6
1.5	Perbandingan Waktu Jemput	8
1.6	Kelengkapan Data yang Diinformasikan	9
1.7	Perbandingan Tarif UberX dan UberBlack.....	14
2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	43
4.1	Grafik Jenis Kelamin Responden.....	69
4.2	Grafik Usia Responden.....	70
4.3	Grafik Pekerjaan Responden.....	71
4.4	Grafik Pendapatan Perbulan Responden.....	72
4.5	Model Pengukuran Variabel Kepercayaan.....	84
4.6	Model Pengukuran Variabel Persepsi Risiko.....	86
4.7	Model Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan.....	88
4.8	Model Pengukuran Variabel Harga.....	90
4.9	Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	92

4.10	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	94
4.11	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian (Modifikasi)	96
4.12	Model Struktural (T-Value)	98



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Lembar Kuisisioner Penelitian.....	113
Lampiran 2	Hasil Kuisisioner.....	118
Lampiran 3	Data Demografi.....	153
Lampiran 4	Uji Reliabilitas.....	160

