



***ANALISIS PENGARUH *FINANCIAL RISK*, *PRODUCT RISK*,
SECURITY RISK TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION*
*DURING COVID 19 : MEDIATING ROLE OF TRUST****

TESIS

Oleh :

HASBIN

NIM : 55118120017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

<http://digilib.mercubuana.ac.id/>



***ANALISIS PENGARUH *FINANCIAL RISK*, *PRODUCT RISK*,
SECURITY RISK TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION*
*DURING COVID 19 : MEDIATING ROLE OF TRUST****

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen**

**Oleh :
HASBIN**

NIM : 55118120017

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

<http://digilib.mercubuana.ac.id/>

PENGESAHAN TESIS

Judul : **Analisis Pengaruh *Financial Risk, Product Risk, Security Risk Terhadap Online Purchase Intention During Covid 19 : Mediating Role Of Trust***

Bentuk Tesis : Penelitian Kuantitatif

Nama : Hasbin

NIM : 55118120017

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 12 Maret 2021

Mengesahkan, Pembimbing



UNIVERSITAS

(Dudi Permana, Ph.D)

MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. DR. -Ing. Murdik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Hasbin
NIM : 55118120017
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul "**Analisis Pengaruh *Financial Risk, Product Risk, Security Risk Terhadap Online Purchase Intention During Covid 19 : Mediating Role Of Trust***" telah dilakukan pengecekan *silimarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Februari 2021 didapat nilai persentase sebesar 16 %

Jakarta, 13 Februari 2021

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Arie Pangudi, A. Md

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : ***Analisis Pengaruh Financial Risk, Product Risk, Security Risk Terhadap Online Purchase Intention During Covid 19 : Mediating Role Of Trust***

Nama : Hasbin

NIM : 55118120017

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 13 Februari 2021


Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar master pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 13 Februari 2021

UNIVERSITA
MERCU BUANA




Hasbin

ABSTRACT

Understanding of these risks becomes crucial, as there is an increase in online crime during exploratory covid-19, the following research purposes to analyze whether the financial risk, product risk and security risk are negative and significant to online purchase intention, to analyze whether trust is able to mediation between the financial risk, product risk and security risk against online purchase intentions, And to analyse whether trust was positive and significant about the online purchase intentions. The population in this research is a general public that already does the product purchase through platform e-commerce. Sampling techniques used by purposive sampling method, a number of samples of hair et al (2014), thus obtained a sample of 214 respondents. Data analysis techniques use smart PLS ver 3.3.0 by viewing inner models and outer models and hypothetical testing. Research shows that the financial risk, product risk and security risk affected both negative and significant factors about online purchase intentions. Trust provides mediation between the financial risk and security risk and the online purchase intention was negatively and significant, But trust does not provide a mediation between product risk and online purchase and a negative and not significant impact, While trust had a positive and significant impact on the online purchase intention.

Keywords: Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Trust, online purchase intention.



ABSTRAK

Pemahaman mengenai resiko-resiko ini menjadi sangat penting, karena terjadi peningkatan kejahatan via online selama pandemic Covid-19, tujuan penelitian sebagai berikut untuk menganalisis apakah *Financial Risk*, *Product Risk* dan *Security Risk* berpengaruh negative dan signifikan terhadap *Online Purchase Intention*, untuk menganalisis apakah *Trust* mampu memediasi hubungan antara *Financial Risk*, *Product Risk* dan *Security Risk* terhadap *Online Purchase Intention*, serta untuk menganalisis apakah *Trust* berpengaruh positive dan signifikan terhadap *Online Purchase Intentions*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang sudah melakukan pembelian produk melalui flatform e-commerce. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan metode purposive sampling, dengan mengadopsi diestimasi jumlah sample minimal Hair *et al* (2014) sehingga didapatkan sampel penelitian sebanyak 214 responden. Teknik analisis data menggunakan smart PLS ver 3.3.0 dengan melihat inner model dan outer model serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial risk*, *product risk* dan *security risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *online purchase intention*. *Trust* mampu memediasi hubungan antara *financial risk* dan *security risk* dengan *online purchase intention* secara negatif dan signifikan, namun *trust* tidak memediasi hubungan antara *product risk* dengan *online purchase intention* yakni berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sedangkan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online purchase intention*.

Kata Kunci: *Financial Risk*, *Product Risk*, *Security Risk*, *Trust*, *online purchase intention*.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat membuat dan menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya. Tesis ini berjudul “Analisis Pengaruh Financial Risk, Product Risk and Security Risk Terhadap *Online Purchase Intention During Covid 19 : Mediating Role Of Trust*”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. DR.-Ing.Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana, sekaligus selaku dosen pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat demi selesainya Tesis ini.
5. Wahyu Wibowo, Ph.D, selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
6. Kedua orang tua, Kakak, adik serta Istri (Diana Safitri) dan anak-anak (Kim Bariz Ghaisan, Mihrimah Ramiiza Kamilya, Keenan Izzet Prabhaswara) yang telah memberikan dukungan dan doa selama menempuh studi di Universitas Mercu Buana.
8. Rekan-rekan kelas M.401 semester 1, kelas marketing menteng Universitas Mercu Buana, rekan rekan PT Manchester Medika Grup, Rio Andi Priyanto dan Ibu Maya Mashita, Luvita Andi R, Rahmi, M Lutfi Syawaluddin, Danang, dr. Karyadi semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang sangat banyak membantu suksesnya Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 13 Februari 2021



Hasbin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
Pengesahan Tesis	i
Pernyataan Similiarity Check	ii
Surat Pernyataan Keaslian	iii
Abstract	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftra Lampiran	xiii
Bab 1. Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kontribusi Penelitian	13
Bab II. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 <i>Theory Planned Behaviour (TPB)</i>	14
2.2 <i>Perceived Risk</i>	17
2.2.1 <i>Aspek Perceived Risk</i>	18
2.2.2 <i>Pengukuran Perceived Risk</i>	21
2.3 <i>Trust</i>	22
2.4 <i>Online Purchase Intention</i>	23
2.4.1 <i>Konsep Dasar Purchase Intention</i>	23
2.4.2 <i>Indikator Purchase Intention</i>	25
2.5 Penelitian terdahulu	25
2.5.1 <i>Hubungan Antara Financial Risk terhadap Purchase Intention</i>	29

2.5.2 Hubungan Antara <i>Product Risk</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	30
2.5.3 Hubungan Antara <i>Security Risk</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	31
2.5.4 Trust Memediasi Hubungan antara <i>Financial Risk</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	32
2.5.5 Trust Memediasi Hubungan antara <i>Product Risk</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	33
2.5.6 Trust Memediasi Hubungan antara <i>Security Risk</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	33
2.5.7 Hubungan antara <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
2.6 Kerangka Pemikiran.....	35
2.7 Hipotesis	36
Bab III. Metode Penelitian	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.1 Waktu Penelitian	38
3.2 Tempat Penelitian.....	38
3.2 Desain Penelitian	38
3.3 Definisi Operasional	39
3.3.1 Variabel independen.....	39
3.3.2 Variabel intervening.....	40
3.3.3 Variabel independen.....	40
3.4 Skala Pengukuran.....	42
3.5 Populasi dan Sampel	
3.5.1 Populasi.....	42
3.5.2 Sample.....	43
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7 Metode Analisis Data.....	44
3.7.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	45
3.7.2 Model Struktur (Inner Model)	48

BAB IV. ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Responden	50
4.2 Analisis Data Hasil Penelitian	55
4.2.1 Outer Model.....	55
4.2.1.1 Uji Validitas.....	56
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.2.2 Struktural Model (Inner Model).....	60
4.3 Hasil Bootstrapping.....	64
4.3.1 Pengujian Hipotesis	66
4.4 Analisis dan Pembahasan.....	68
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Pre-Survey	6
Gambar 1.2 Lap Kasus Kejahatan Siber Indonesia.....	7
Gambar 1.3 Data Pengguna Aplikasi Online selama pandemic covid 19..	8
Gambar 1.4 Transaksi Uang Elektronik.....	9
Gambar 2.1 Theory of Planned Behaviour (TPB)	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	51
Gambar 4.2 Usia Responden.....	51
Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	52
Gambar 4.4 Sebaran Daerah Responden.....	52
Gambar 4.5 Platform e-commerce yang digunakan.....	53
Gambar 4.6 Frekuensi belanja online.....	54
Gambar 4.7 Pengeluaran belanja online.....	54
Gambar 4.8 Model Konstruk.....	55
Gambar 4.9 Diagram Path.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peningkatan Pembelian Secara Online	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 <i>Loading factor</i>	56
Tabel 4.2 Hasil Nilai <i>Average Variance (AVE)</i>	57
Tabel 4.3 <i>Correlation among laten variable and cross loading</i>	58
Tabel 4.4 <i>Fornell-lacker Criterion</i>	59
Tabel 4.5 <i>Composite Reliability (CR)</i>	60
Tabel 4.6 <i>Cronbach Alpha (CA)</i>	60
Tabel 4.7 <i>R-square Coefficeints</i>	61
Tabel 4.8 <i>Q-square predictif</i>	62
Tabel 4.9 <i>F² Effect Size</i>	62
Tabel 4.10 <i>Fit Summary</i>	63
Tabel 4.11 <i>Path Coefficeints</i>	65
Tabel 4.12 <i>Specific Indirect Effects</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I..... : Kuesioner Pre Survey Online.....	86
Lampiran II : Kuesioner Survey Online	88
Lampiran III ... : Data Hasil Survey Online.....	92
Lampiran IV ... : Hasil Analisa Smart PLS Versi 3.3.0	101

