

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN DAN
PERILAKU KONSUMEN Mencari Informasi
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA
JAKARTA PADA *E-COMMERCE FASHION ZALORA***

SKRIPSI



Nama : Yankis Ice R
Nim : 43116110377

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN
DAN PERILAKU KONSUMEN MENCARI
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAHASISWA JAKARTA PADA *E-COMMERCE*
*FASHION ZALORA***

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yankis Ice R
NIM : 43116110377
Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 14 April 2021



Yankis Ice R
43116110377

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yankis Ice Raharjo

NIM : 43116110377

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Perilaku Konsumen
Mencari Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Jakarta
Pada Ecommerce Zalora

Tanggal Sidang : 14 April 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, SE., M.SM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

A blue ink signature of Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

A blue ink signature of Dr. H. Sonny Indrajaya, MM.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 07210072



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi resiko, kepercayaan dan perilaku konsumen mencari informasi terhadap keputusan pembelian mahasiswa Jakarta pada *e-commers fashion* Zalora. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana yang pernah melakukan pembelian di *e-commerce* Zalora. Penelitian ini dilakukan terhadap 120 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik *convenince sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. penelitian ini membuktikan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Perilaku konsumen mencari informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Persepsi Resiko, Kepercayaan, Perilaku Konsumen Mencari Informasi, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study is to analyze the effect of risk perception, trust and consumer behavior seeking information on purchasing decisions student at jakarta on fashion Zalora e-commers. The object of this research is Mercu Buana University students who have made purchases on the Zalora e-commerce. This research was conducted on 120 respondents using a quantitative descriptive approach. The sample size was determined using convenience sampling technique. Methods of data collection using a survey method, with the research instrument is a questionnaire. The approach used in this research is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS analysis tool. This study proves that risk perception has a positive and significant effect on purchasing decisions. Trust has a positive and significant effect on purchasing decisions. Consumer behavior seeking information has a positive and significant effect on purchasing decisions.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

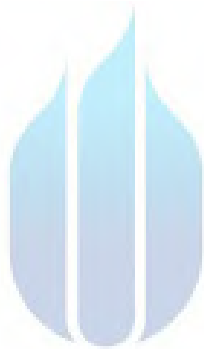
Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala hikmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN PERILAKU KONSUMEN MENCARI INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA JAKARTA PADA *E-COMMERCE FASHION ZALORA*”**. Penulisan skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Janfry Sihite, SE., MSM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan moral, serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal ini tepat waktu.
6. Teman-teman seperjuangan program studi Manajemen.
7. Kepada teman-teman dan kakak senior yang sudah memberikan semangat dan ilmu dalam pembuatan skripsi ini.

Jakarta, 4 Februari 2021



Yankis Ice R
NIM : 43116110377

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Sumber Pemasaran	12
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2. Perpepsi Risiko	13
a. Pengertian Persepsi Risiko	13
b. Faktor-Faktor Persepsi Risiko.....	14
c. Dimensi dan Indikator Persepsi Risiko.....	15
3. Kepercayaan	16

a.	Pengertian Kepercayaan	16
b.	Faktor-Faktor Kepercayaan	17
c.	Dimensi dan Indikator Kepercayaan	18
4.	Perilaku Mencari Informasi	19
a.	Pengertian Perilaku Mencari Informasi	19
b.	Faktor-Faktor Perilaku Mencari Informasi	20
c.	Dimensi dan Indikator Perilaku Mencari Informasi	20
5.	Keputusan Pembelian	22
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	22
b.	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	23
c.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	24
B.	Penelitian Terdahulu	26
C.	Pegembangan Hipotesis	30
1)	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian	30
2)	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	30
3)	Pengaruh Perilaku Mencari Informasi terhadap Keputusan Pembelian	31
D.	Kerangka Konseptual	31
BAB III	METODE PENELITIAN	32
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	32
B.	Desain Penelitian	32
C.	Operasional Variabel	33
1.	Pengertian Variabel	33
2.	Operasional Variabel	34
D.	Skala Pengukuran Variabel	37
E.	Populasi dan Sampel	37
1.	Populasi Penelitian	37
2.	Sampel Penelitian	38
F.	Metode Pengumpulan Data	39
G.	Metode Analisis	39
1.	Analisis Deskriptif	39
2.	Uji Instrumen	40
3.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	41

a.	Pengertian <i>Partial Least Square</i>	41
b.	Menguji Model Pengukuran (Outer Model).....	42
c.	Menguji Model Struktural (Inner Model).....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
A.	Gambar Umum Perusahaan.....	46
B.	Analisis Deskriptif.....	47
1.	Deskripsi Responden.....	47
2.	Deskripsi Variabel.....	50
C.	Hasil Uji Kualitas Data.....	55
1.	Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model.....	55
a.)	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	56
b.)	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Modifikasi)</i>	57
c.)	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	59
d.)	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extraced</i>	60
e.)	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach Alpha</i>	61
2.	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
a)	Pengujian Nilai R-Square.....	61
b)	Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i>	52
c)	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefesien Jalut).....	63
D.	Pengujian Hipotesis.....	64
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
1.	Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian.....	64
2.	Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	65
3.	Pengaruh perilaku mencari informasi terhadap keputusan pembelian.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
A.	Kesimpulan.....	68
B.	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Peta Persaingan Bisnis <i>E-Commerce</i>	7
1.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	8
3.1	Operasionalisasi Variabel Persepsi Risiko	34
3.2	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan.....	35
3.3	Operasionalisasi Variabel Perilaku Mencari Informasi.....	36
3.4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	36
3.5	Skala Likert	37
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Tipe Perkuliahan	48
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.5	Deskripsi Variabel Persepsi Risiko	50
4.6	Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	51
4.7	Deskripsi Variabel Perilaku Mencari Informasi.....	52
4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	54
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent validity</i>	56
4.10	Hasil Algoritma <i>Convergent validity</i> (modifikasi).....	57
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	59
4.12	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extraced</i>	60
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	61

4.14	Nilai R^2 Square	61
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Gambar Pengguna Internet.....	2
1.2	Survey Bisnis <i>E-Commerce</i>	4
1.3	Data Pengunjung	6
2.1	Kerangka Konseptual	31
4.1	Hasil Algoritma PLS	57
4.2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	58
4.5	Hasil Uji Bootstrapping.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	72
2	Hasil Kuesioner	81
3.	Karakteristik Respondon.....	94
4.	Hasil Output PLS	95
Chart 100		

