

**PENGARUH *PERCEIVED RISK* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA *ONLINE*
BUKALAPAK.COM**

SKRIPSI



NIM : 43113010243

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

2017

**PENGARUH *PERCEIVED RISK* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA *ONLINE*
BUKALAPAK.COM**

SKRIPSI

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



NIM : 43113010243

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

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bobby Werlian
NIM : 43113010243
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Risk* Dan *Perceived Value*
Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media
Online Bukalapak.com.

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta 14 - 8 2017
METERAI
TEMPEL
CHIPARESI 4969147
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Bobby Werlian

NIM: 43113010243

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bobby Werlian
NIM : 43113010243
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Risk* Dan *Perceived Value* Terhadap
Keputusan Pembelian Melalui Media *Online*
Bukalapak.com.

Tanggal Lulus Ujian:

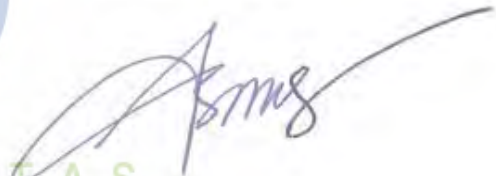
Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Erna S Imaningsih SE.,M.Si



Abdul Gani SE.,MM

Tanggal : 12 - 8 - 2017

Tanggal : 12 - 8 - 2017

Dekan,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si.,CA

Tanggal : 14 - 8 - 2017



Dudi Permana, ST.,MM.,Ph.D

Tanggal : 14 - 8 - 2017

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 *Perceived Risk* dan *Perceived Nilai* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media *Online Bukalapak.com*”**. 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 Erna S Imaningsih, SE., M.Si., 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 lanturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan kedua adik saya yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Terimakasih kepada Hadi, Rima, Licia, Nita, dan Lalong teman-teman semasa SMA saya yang terus memberikan dukungan dan motivasi dalam mengerjakan tugas akhir saya.
7. Terimakasih kepada sahabat saya yang selalu ada di kampus GGS (Wisnu, Gandi, dan Bara). Yang telah memberikan kesan pertemanan yang baik sehingga bias lulus bersama.
8. Terimakasih Sebesar – besarnya kepada Bunga Syahira yang telah memberikan semangat serta dukungan sehingga saya termotivasi selalu untuk mengerjakan tugas akhir saya
9. Pihak – pihak lain yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih 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 dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 2017

Boby Werlian



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	14

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	21
2.1.3 Pemasaran <i>E-commerce</i>	22
2.1.4 <i>Perceived Risk</i>	26
2.1.4.1 Dimensi <i>Perceived Risk</i>	27
2.1.5 <i>Perceived Value</i>	30
2.1.5.1 Dimensi <i>Perceived Value</i>	31
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	39
2.3.1 Keterkaitan Antar Variabel.....	39
2.3.2 Rerangka Konseptual.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
3.2 Desain Penelitian.....	43
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	43
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel.....	46

3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Metode Analisis	49
3.6.1 Analisis <i>Partial Least Square</i>	49
3.6.2 Langkah-langkah Pengujian PLS	49
BAB IV	
HASIL dan PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	58
4.3.1 Variabel <i>Perceived Risk</i>	58
4.3.2 Variabel <i>Perceived Value</i>	59
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian	60
4.4 Metode Analisis Data : SEM – <i>Partial Least Square</i>	60
4.4.1 Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	61
4.4.2 Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis.....	70
4.5 Pembahasan.....	74
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap Keputusan.....	74
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Keputusan	75
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
1.1 Penyedia <i>e-commerce</i> Indonesia	8
2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran.....	17
2.2 Sistem Pemasaran Modern	21
2.3 Rerangka Konseptual	41
4.1 Hasil Algorithm PLS.....	63
4.2 Hasil Algorithm PLS (Modifikasi).....	66
4.3 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (AVE).....	68
4.4 Hasil Bostrapping.....	73



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
1.1 World Internet Usage.....	2
1.2 World Internet Usage.....	3
1.3 Indonesian Internet Usage	5
1.4 Indonesian Internet Usage	5
1.5 Hasil Pra Survey.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
3.1 Operasional Variabel.....	44
3.2 Skala Penelitian Variabel.....	48
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Risk</i>	58
4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Value</i>	59
4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	60
4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	61
4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	64
4.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	67
4.11 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	69
4.12 Hasil Pengujian <i>Cronback's Alpha</i>	69
4.13 Nilai R ² Variabel Endogen.....	70
4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden.....	86
Lampiran 3	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Perceived Risk</i>	90
Lampiran 4	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Perceived Value</i>	94
Lampiran 5	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	98



UNIVERSITAS
MERCU BUANA