

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA
APLIKASI SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

KRIS DIANTORO

1702010132

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA
APLIKASI SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)

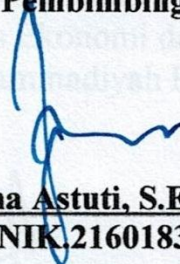


SKRIPSI

Oleh :

**KRIS DIANTORO
1702010132**

**Diterima dan disetujui oleh :
Pembimbing**



**HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph.D
NIK.2160183**

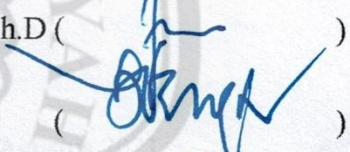


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Kris Diantoro
NIM : 1702010132
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Purwokerto).

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()
Anggota 1 : M. Agung Miftahudin, SE., M.Si ()
Anggota 2 : Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E, M.Si()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 27 Agustus 2021

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto



Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kris Diantoro
NIM : 1702010132
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 2⁴ Agustus 2021

Yang membuat pernyataan .



Kris Diantoro
1702010132

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kris Diantoro
NIM : 1702010132
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
APLIKASI SHOPEE
(Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhamamdiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 27 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Kris Diantoro

MOTTO

“Di negeri ini orang berpengalaman akan kalah dengan orang dalam, Lulusan terbaik akan kalah dengan koneksi yang baik, Amplop berisi surat lamaran akan kalah dengan amplop uang pelicin.”

Tetap waras di bumi yang sedang sakit.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Orang tua saya Bapak Kusriyanto, Ibu Nani Suryani yang telah membesarkan anak pertamanya dengan penuh kesabaran yang teramat sangat luar biasa dan keluarga saya yang tercinta sebagai tanda terimakasih yang tidak terhingga karena selalu memberikan kasih sayang, cinta, motivasi, pengorbanan dalam bekerja keras serta doa yang telah diberikan selama ini. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT serta senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Amiin.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memnuhi salah satu syarat untuk menapai gelar sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada masa penyusunan skripsi ini, sangat penting bagi saya. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kep., Ns. M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi selama perkuliahan dan bimbingan tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. Drs. Suyoto, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
4. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam proses penyusunan skripsi ini;
5. M. Agung Miftahudin, SE.,M.Si selaku penguji I saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
6. Alfato Yusnar Kharismansyah, S.E, M.Si selaku penguji II saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;

8. Untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral serta memberikan dukungan berupa semangat, motivasi, bimbingan dan memberikan nasihat ketika banyak halangan yang harus dilalui dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu memberikan doa, kasih sayang yang tulus untuk saya;
9. Untuk teman teman satu kos (Squad Tono). Terima kasih telah memberikan suport yang diberikan dan saling membantu dalam setiap kesulitan
10. Untuk teman teman satu dosen pembimbing bersama. Terima kasih telah memberikan suport yang diberikan dan saling membantu dalam setiap kesulitan;
11. Untuk teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas C angkatan 2017. Semangat dan sukses untuk kita semua;
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, Agustus 2021

Penulis

Kris Diantoro

1702010132

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA APLIKASI SHOPEE

(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Purwokerto)

Kris Diantoro¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
diantorok25@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
herni99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel independen kepercayaan, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan terhadap variabel dependen minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di purwokerto yang berjumlah 45.782. pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria didapatkan sebanyak 120 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistic deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pada aplikasi shopee, persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada aplikasi shopee, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada aplikasi shopee. Secara simultan kepercayaan, persepsi risiko dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada aplikasi shopee.

Kata Kunci : Kepercayaan, Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, Minat Beli

THE EFFECT OF TRUST, RISK PERCEPTION AND EASY OF USE ON CONSUMER BUYING INTEREST IN SHOPEE APPLICATIONS (STUDY ON COLLEGE STUDENTS IN PURWOKERTO)

Kris Diantoro¹

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
diantorok25@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
herni99@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of partially and simultaneously the independent variables of trust, risk perception, and ease of use on the dependent variable of buying interest. The population in this study were university students in Purwokerto, amounting to 45,782. Sample selection in this study was done by purposive sampling. Based on the criteria obtained as many as 120 respondents who became the sample. The data analysis technique used in this research is descriptive statistical test, validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing.

The results of the analysis show that partially trust has a positive and significant effect on buying interest in the shopee application, risk perception has a positive and significant effect on buying interest in the shopee application, ease of use has a positive and significant effect on buying interest in the Shopee application. Simultaneously trust, perceived risk and ease of use have a positive and significant effect on buying interest in the shopee application.

Keywords: *Trust, Risk Perception, Ease of Use, Buying Interest*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. PERUMUSAN MASALAH	7
C. PEMBATAAN MASALAH.....	7
D. TUJUAN PENELITIAN.....	8
E. MANFAAT PENELITIAN.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. JENIS PENELITIAN	28
B. POPULASI DAN SAMPEL	28
C. METODE PENGUMPULAN DATA.....	31
D. VARIABEL PENELITIAN	32
E. DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	33
F. METODE ANALISIS DATA.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil penelitian.....	46
B. PEMBAHASAN	72
PENUTUP	
A. KESIMPULAN	82
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	82

C. SARAN	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peta E-commerce Yang Ada Di Indonesia Kuartal 3/2020	2
Tabel 2.1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa di Tiga Perguruan Tinggi di kota Purwokerto Pada Tahun 2021	29
Tabel 3.2 Banyaknya Kuesioner yang disebar bedasarkan Universitas.....	31
Tabel 3.3 Definisi Operasional	33
Tabel 4.1 Response rate	48
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.3 Uang Saku Responden	50
Tabel 4.4 Asal Perguruan Tinggi Responden	50
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepercayaan.....	51
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Risiko.....	54
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kemudahan Penggunaan.....	55
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Minat Beli	57
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1)	57
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko (X2).....	58
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunan ..	59
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolieritas.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.18 Uji Koefisien determinasi	66
Tabel 4.19 Uji F	68
Tabel 4.20 Uji T	69
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis	72
Tabel 4.22 Nilai Rata-Rata Butir pernyataan Minat Beli Konsumen	73
Tabel 4.23 Nilai rata-rata butir pernyataan Kepercayaan	75
Tabel 4.24 Nilai rata-rata butir pernyataan Persepsi Risiko	77
Tabel 4.25 Nilai rata-rata butir pernyataan Kemudahan Penggunaan	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1. Kurva Uji F.....	41
Gambar 3.2. Kurva Uji t.....	42
Gambar 3.3. Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	43
Gambar 3.4. Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	44
Gambar 3.5. Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	45
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama.....	67
Gambar 4.2. Kurva Hipotesis Kedua.....	69
Gambar 4.3. Kurva Hipotesis Ketiga.....	70
Gambar 4.4. Kurva Hipotesis Keempat.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2: Response Rate	97
Lampiran 3 : Data Responden.....	97
Lampiran 4 : Tabulasi Kuesioner	109
Lampiran 5: Hasil Analisis Deskriptif	124
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas	126
Lampiran 7 : Hasil Uji Reabilitas.....	130
Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik	131
Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	132
Lampiran 10 : R, F dan T Tabel.....	133
Lampiran 11: Bukti Screenshot Goggle Form Kuesioner.....	136

