

**PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, MOTIVASI KONSUMEN
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP TOKOPEDIA
(Studi Survei Pada Mahasiswa FEB di UMP dan UNSOED)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Dari Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**ARISATYA SANDY IRAWAN
1502010280**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, MOTIVASI KONSUMEN
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP TOKOPEDIA
(Studi Survei Pada Mahasiswa FEB di UMP dan UNSOED)**



SKRIPSI

**Oleh :
ARISATYA SANDY IRAWAN
1502010280**

**Diterima dan disetujui oleh :
Pembimbing**



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Arisatya Sandy Irawan
NIM : 1502010280
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Motivasi Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Tokopedia (Studi Survei Pada Mahasiswa FEB di UMP dan UNSOED)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D

Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 12 Agustus 2020

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIP. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arisatya Sandy Irawan

NIM : 1502010280

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, 12 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Arisatya Sandy Irawan

**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 : Arisatya Sandy Irawan
NIM : 1502010280
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 KEAMANAN, KEPERCAYAAN, MOTIVASI KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE SHOP* TOKOPEDIA (Studi Survei Pada Mahasiswa FEB di UMP dan UNSOED)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif 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 pemelik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 12 Agustus 2020
Yang menyatakan,



Arisatya Sandy Irawan

MOTTO

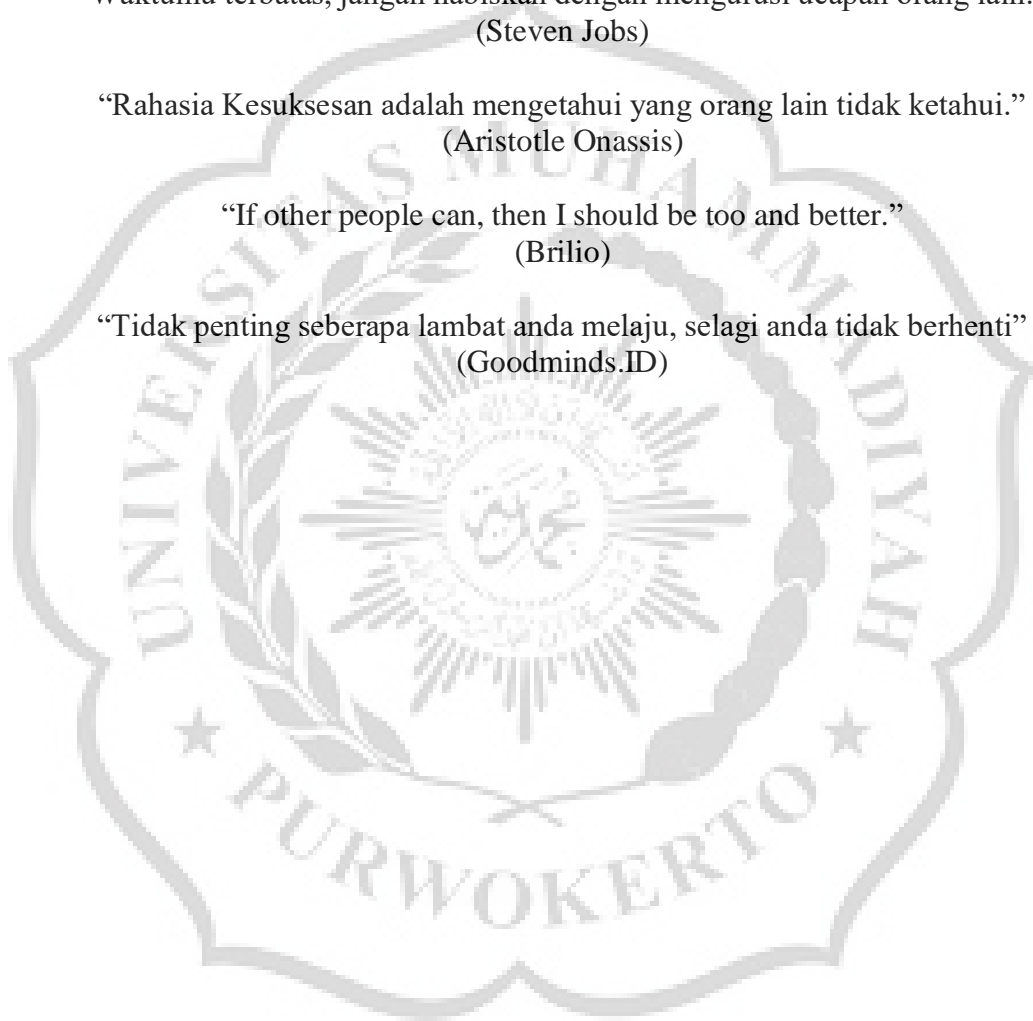
“Ubah pikiranmu dan kau akan dapat mengubah duniamu.”
(Norman Vincent Peale)

“Waktumu terbatas, jangan habiskan dengan mengurus ucapan orang lain.”
(Steven Jobs)

“Rahasia Kesuksesan adalah mengetahui yang orang lain tidak ketahui.”
(Aristotle Onassis)

“If other people can, then I should be too and better.”
(Brilio)

“Tidak penting seberapa lambat anda melaju, selagi anda tidak berhenti”
(Goodminds.ID)



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibu saya tercinta (Bapak Jamali dan Ibu Herawati) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan do'a yang telah diberikan selama ini.

Saudara-saudaraku tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini.

Kakak dan adikku (Dikky Indra Kurniawan dan Fransiska Silviana Safira) tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajmeen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari beragai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

5. 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.
6. Untuk kedua orang tua Bapak Jamali dan Ibu Herawati. Kakak dan Adiku Dikky Indra Kurniawan dan Fransiska Silviana Safira serta saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
7. Untuk keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, memberi nasihat dan motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat-sahabat dekat Wahyu Juve, Beni Mu, Azan RM, Beny Werdaya, Husen, Bagol, Zakka, Torik, Ganang, Mahatir, Gilang, Sundamen, Ari dan untuk Vita Melia Prabiandari saya ucapkan terima kasih atas canda tawa, masukan, semangat, motivasi, do'a dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas D angkatan 2015. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 12 Agustus 2020

Penulis

Arisatya Sandy Irawan



**PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, MOTIVASI KONSUMEN
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP TOKOPEDIA
(Studi Survei Pada Mahasiswa FEB di UMP dan UNSOED)**

Arisatya Sandy Irawan¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
arisatyasandi20@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
herni99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh tiap variabel yang diteliti yaitu mengenai analisis pengaruh keamanan, kepercayaan, motivasi konsumen dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *online shop* Tokopedia pada mahasiswa FEB di Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Universitas Jenderal Soedirman. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan 110 sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Kuesioner digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *online shop* Tokopedia pada Mahasiswa FEB di UMP dan UNSOED. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa keamanan, kepercayaan, motivasi konsumen dan persepsi harga baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : keamanan, kepercayaan, motivasi konsumen, persepsi harga, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF SECURITY, TRUST, CONSUMER MOTIVATION
AND PRICE PERCEPTION OF PURCHASE DECISIONS
ONLINE SHOP TOKOPEDIA
(Research on FEB Students at UMP and UNSOED)**

Arisatya Sandy Irawan¹

*Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
arisatyasandi20@gmail.com*

Herni Justiana Astuti²

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

ABSTRACT

This research aims to find the effect of each variable studied, namely the analysis of the influence of security, trust, consumer motivation and price perception on Tokopedia online shop purchase decisions on FEB students at Universitas Muhammadiyah Purwokerto and Jenderal Soedirman University. This Research uses purposive sampling method with 110 samples based on determined criteria. The questionnaire is used as a tool for data collection. The population in this research is Tokopedia online shop customer at FEB students at UMP and UNSOED. The research methods used in this research are the validity test, reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determinant, and hypothesis testing. The results of this Research reveal that security, trust, consumer motivation and price perception both simultaneously and partially have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *security, trust, consumer motivation, price perception, purchasing decisions*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Keamanan.....	14
3. Kepercayaan.....	16
4. Motivasi Konsumen.....	17
5. Persepsi Harga	19
6. Keputusan Pembelian	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran	30
D. Hipotesis.....	36

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	38
A.	Jenis Penelitian.....	38
B.	Populasi dan Sampel.....	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sampel.....	40
C.	Metode Pengumpulan Data	41
D.	Variabel Penelitian.....	42
1.	Variabel Independen.....	42
2.	Variabel Dependen	42
E.	Definisi Operasional	43
1.	Keputusan Pembelian (Y)	43
2.	Keamanan (X ₁)	44
3.	Kepercayaan (X ₂).....	44
4.	Motivasi Konsumen (X ₃)	45
5.	Persepsi Harga (X ₄)	45
F.	Metode Analisis Data	45
1.	Uji Validitas	45
2.	Uji Reliabilitas.....	46
G.	Uji Asumsi Klasik.....	47
1.	Uji Normalitas.....	47
2.	Uji Multikolinearitas	47
3.	Uji Heteroskedastisitas	48
H.	Uji Regresi.....	48
1.	Analisis Regresi Berganda	48
2.	Uji Kecocokan Model	49
3.	Uji Pengaruh Parsial (<i>t test</i>)	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A.	Hasil Penelitian	55
1.	Gambaran Umum Tokopedia di Indonesia	55
2.	Visi dan Misi Tokopedia Indonesia.....	57
B.	<i>Response Rate</i>	57

C. Instrumen Penelitian	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	63
D. Uji Asumsi Klasik.....	65
1. Uji Normalitas.....	65
2. Uji Multikolinearitas	66
3. Uji Heteroskedastisitas	66
E. Analisis Regresi Linier Berganda	67
F. Uji Kecocokan Model.....	69
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	69
2. Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan)	70
3. Uji Statistik t (Uji Signifikan Parameter Individual atau Parsial).....	72
G. Pembahasan.....	77
1. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online Shop</i> Tokopedia	79
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online Shop</i> Tokopedia	80
3. Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online Shop</i> Tokopedia	82
4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online Shop</i> Tokopedia	83
BAB V KSEIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Keterbatasan Penelitian	87
C. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Persaingan <i>e-commerce</i> di Indonesia	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Data Pelaporan Mahasiswa (PDDIKTI) Tahun 2018/2019	39
Tabel 3.2 Rencana Perhitungan Jumlah Responden	40
Tabel 4.1 Tabel Persaingan <i>e-commerce</i> di Indonesia	56
Tabel 4.2 Tingkat Pengembalian Kuesioner	58
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden	58
Tabel 4.4 Jenis Barang yang dibeli	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4.16 Hasil Uji F	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	77
Tabel 4.18 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian	78
Tabel 4.19 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Keamanan	79
Tabel 4.20 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Kepercayaan	81
Tabel 4.21 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Motivasi Konsumen ..	82
Tabel 4.22 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Persepsi Harga	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	50
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	52
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	53
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	53
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	54
Gambar 4.1 Kurva Uji F	71
Gambar 4.2 Kurva Uji T Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	73
Gambar 4.2 Kurva Uji T Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga	74
Gambar 4.4 Kurva Uji T Hasil Pengujian Hipotesis Keempat	75
Gambar 4.5 Kurva Uji T Hasil Pengujian Hipotesis Kelima	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2. Biodata Responden	98
Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner.....	103
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas	118
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	122
Lampiran 6. Uji Regresi Linier Berganda	123
Lampiran 7. Uji F	123
Lampiran 8. Rata-rata Jawaban Responden.....	124
Lampiran 9. R Tabel.....	126
Lampiran 10. F Tabel.....	130
Lampiran 11. T Tabel.....	133

