

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RESIKO,
PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI PRIVASI, DAN PERSEPSI
KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT PENGGUNAAN
SISTEM *E-COMMERCE*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

**MUHAMMAD FADLAN NAFI
1102010076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RESIKO,
PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI PRIVASI, DAN PERSEPSI
KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT PENGGUNAAN
SISTEM *E-COMMERCE***

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Purwokerto)**



**MUHAMMAD FADLAN NAFI
1102010076**

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Suyoto', is written over a horizontal line.

**Drs. Suyoto, M.Si.
NIK. 2160189**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Muhammad Fadlan Nafi
NIM : 1102010076
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, Persepsi Privasi, Dan Persepsi Kontrol Perilaku, Terhadap Niat Penggunaan Sistem *E-commerce* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Drs. Suyoto, M.Si
Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si
Anggota 2 : Herni Justiana Astuti, SE., M.Si., Ph.D
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 6 Februari 2017

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Akhmad Darmawan, SE., M.Si
NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fadlan Nafi
Nim : 1102010076
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

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

Purwokerto, Februari 2017

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Fadlan Nafi

1102010076

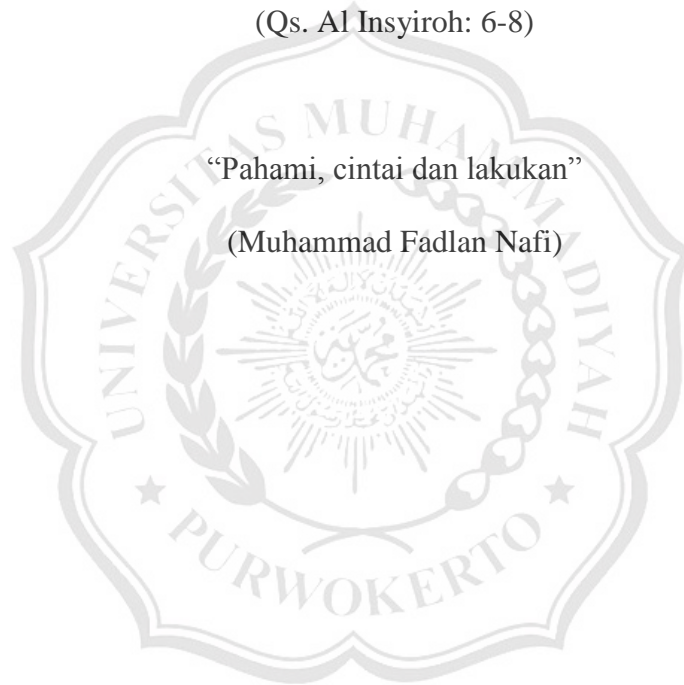
MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, karena itu bila selesai tugas lain, mulailah dengan tugas lain dengan sungguh-sungguh kepada Tuhan-mu lah hendaknya kau berharap.”

(Qs. Al Insyiroh: 6-8)

“Pahami, cintai dan lakukan”

(Muhammad Fadlan Nafi)



PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan syukur atas karunia-Nya, kupersembahkan hasil karya sederhana ini kepada:

- ✚ Orang tuaku Bapak Drs. Wahyudhiana, MM.Pd. dan Ibu Titi Indrawati S.Pd. terimakasih atas doa, semangat, cinta kasih dan motivasi darimu.
- ✚ Kakakku Muhammad Alfa Hidayat , dan adikku Muhammad Hanif Nur Faizi terimakasih untuk semangat dan motivasinya.

✚ Sembah dan Sujudku Kepadamu.....

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, Persepsi Privasi Dan Persepsi Kontrol Perilaku, Terhadap Niat Penggunaan Sistem *E-commerce*”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

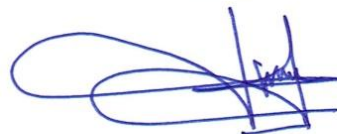
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
2. Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. Bapak Drs. Suyoto, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
4. Bapak M. Agung Miftahudin, SE., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan yang membangun kepada penulis guna menyempurnakan skripsi ini;
5. Ibu Herni Justiana Astuti, SE., M.Si., Ph.D., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan yang membangun kepada penulis guna menyempurnakan skripsi ini;

6. Orang tua dan keluarga saya yang telah mendoakan dengan tidak terbatas dan memberikan dukungan material sehingga saya selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam menyusun skripsi ini;
7. Teruntuk Tiara, terimakasih sudah senantiasa sabar menemani dan memberikan banyak hal baik untuk saya selama ini;
8. Sahabat seperjuangan saya, Ivan, mas Nasikhun, mas Isnan, Ajis yang selalu ada untuk saling membantu dan mendukung dari awal penyusunan hingga proses penyelesaian skripsi ini;
9. Sahabat saya Adnan, Seno, Andika, Yunan, Hari, Rizqi, Suwito, Luqman, Titi, Wulan, Anggie, Della, Febri, Fera, yang saya kenal dari awal masuk kuliah hingga saat ini selalu ada untuk saya;
10. Tim ECP 2016, Gembul, Alif, Dipta, Dicky, Gita, Andini, Astian, Raka simbah, Ojan, Kiki, Hilman, Bayu, Fais, Windu, Rofiq, Aldo, Imam, Debby, Andrian, Raka, Anggit, Himawan, Asky, Brenda, Eka, Nessa, Refi, Windi, Wiwi. Terimakasih untuk kerjasama dan kebersamaannya, kalian luar biasa; serta
11. Mentor, guru, bapak, dan teman, Bapak Hardiyanto Wibowo, terimakasih atas waktu dan ilmunya yang sangat bermanfaat.

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

Purwokerto, Februari 2017

Penulis



Muhammad Fadlan Nafi

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

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Fadlan Nafi
NIM : 1102010076
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RESIKO, PERSEPSI
MANFAAT, PERSEPSI PRIVASI, DAN PERSEPSI KONTROL
PERILAKU TERHADAP NIAT PENGGUNAAN SISTEM E-COMMERCE**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, 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 : Februari 2017

Yang Menyatakan,

Muhammad Fadlan Nafi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Pengertian <i>E-commerce</i>	11
2. Kepercayaan	20
3. Resiko	22
4. Persepsi Manfaat	23
5. Privasi	25
6. Kontrol Perilaku	27
7. Konsep Niat Penggunaan Sistem <i>E-commerce</i>	27
8. Penelitian Terdahulu.....	29

9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
10. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Objek Penelitian	35
C. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	35
1. Jenis Data.....	35
2. Metode Pengumpulan dan Pengukuran Data	36
D. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37
E. Definisi Operasional	39
1. Definisi Operasional Variabel	39
F. Uji Instrumen Penelitian.....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas.....	43
3. Uji Asumsi Klasik	43
G. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
2. Uji Parsial (T Test)	46
3. Uji Pengaruh Simultan (F Test).....	52
4. Kofisien Determinasi (R^2)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	55
B. Responden Rate.....	57
C. Gambaran Umum Responden	57
D. Uji Instrumen Penelitian.....	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas	64
E. Uji Asumsi Klasik	65

1. Uji Normalitas	65
2. Uji Multikolonieritas	66
3. Uji Heteroskedastisitas	68
4. Uji Autokorelasi	69
F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
G. Hasil Pengujian Hipotesis	73
1. Pengujian Hipotesis Pertama - Kelima (Uji T).....	73
2. Pengujian Hipotesis Keenam (Uji F).....	77
H. Koefisien Determinasi (R^2)	79
I. Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Keterbatasan Dalam Penelitian	93
C. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Judul Tabel	Hal.
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Durbin-Watson (DW)	45
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Prodi	58
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Pengaruh Kepercayaan (X_1)	59
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko (X_2)	60
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X_3)	61
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Persepsi Privasi (X_4)	62
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X_5)	62
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Niat Penggunaan Sistem <i>E-Commerce</i> (Y) ...	63
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.14 <i>Durbin Watson Test Bound</i>	70
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.17 Hasil Uji F	78
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Adjusted R²</i>	79
Tabel 4.19 Nilai <i>Cut Off</i> Variabel Kepercayaan	60
Tabel 4.20 Nilai <i>Cut Off</i> Variabel Persepsi Resiko	61
Tabel 4.21 Nilai <i>Cut Off</i> Variabel Persepsi Manfaat	64
Tabel 4.22 Nilai <i>Cut Off</i> Variabel Persepsi Privasi	64
Tabel 4.23 Nilai <i>Cut Off</i> Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	65
Tabel 4.24 Nilai <i>Cut Off</i> Variabel Niat Penggunaan Sistem <i>E-Commerce</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Judul Gambar	Hal.
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 3.1 Kurva Penerimaan Hipotesis Pertama.....	48
Gambar 3.2 Kurva Penerimaan Hipotesis Kedua	49
Gambar 3.3 Kurva Penerimaan Hipotesis Ketiga	50
Gambar 3.4 Kurva Penerimaan Hipotesis Keempat	51
Gambar 3.5 Kurva Penerimaan Hipotesis Kelima	52
Gambar 4.1 Kurva Penerimaan Hipotesis Pertama.....	74
Gambar 4.2 Kurva Penerimaan Hipotesis Kedua	75
Gambar 4.3 Kurva Penerimaan Hipotesis Ketiga	76
Gambar 4.4 Kurva Penerimaan Hipotesis Keempat	76
Gambar 4.5 Kurva Penerimaan Hipotesis Kelima	77
Gambar 4.6 Kurva Penerimaan Hipotesis Keenam.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Judul Lampiran	Hal.
Lamp. 1 Kuesioner Penelitian	98
Lamp. 2 Data Tabulasi Kuesioner.....	103
Lamp. 3 Karakteristik Responden.....	112
Lamp. 4 Uji Validitas	113
Lamp. 5 Uji Reliabilitas	119
Lamp. 6 Uji Asumsi Klasik.....	122
Lamp. 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	124
7.1 Uji t (Parsial)	124
7.2 Uji F (Simultan)	124
7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	124
Lamp. 8 Nilai <i>Cut Off</i> Dari Rata-Rata Indikator Pertanyaan.....	125
Lamp. 9.1 Tabel r Statistika	128
Lamp. 9.2 Tabel Durbin-Watson (DW).....	131
Lamp. 9.3 Tabel T Statistika.....	132
Lamp. 9.4 Tabel F Statistika.....	135

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RESIKO, PERSEPSI
MANFAAT, PERSEPSI PRIVASI, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU
TERHADAP NIAT PENGGUNAAN SISTEM *E-COMMERCE*.**

Muhammad Fadlan Nafi, Drs. Suyoto, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi resiko, persepsi manfaat, persepsi privasi, persepsi kontrol perilaku terhadap niat penggunaan sistem *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey.

Penelitian ini mengambil lokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penelitian ini menggunakan 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebagai responden penelitiannya. Pembuktian hipotesis ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan sistem *e-commerce*, 2) Persepsi resiko memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan sistem *e-commerce*, 3) Persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan sistem *e-commerce*, 4) Persepsi perivasi memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan sistem *e-commerce*, 5) Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan sistem *e-commerce*, 6) Kepercayaan memiliki pengaruh paling besar terhadap niat penggunaan *e-commerce*.

Kata kunci : kepercayaan, persepsi resiko, persepsi manfaat, persepsi privasi, persepsi kontrol perilaku, niat pengguan sistem *e-commerce*.

THE EFFECTS OF TRUST, RISK PERCEPTION, BENEFIT PERCEPTION, PRIVATE PERCEPTION, AND BEHAVIOR CONTROL PERCEPTION ON THE INTENTION OF E-COMMERCE USE

MUHAMMAD FADLAN NAFLI, Drs. SUYOTO, M.Si

ABSTRACT

The reasearch aimed to analyze the effect of trust,risk perception, benefit perception, private perception, and behavior control perception on the intention of e-commerce use. The method was survey. The research was done in Economic and Business Faculty University of Muhammadiyah Purwokerto. The respondent were 100 students of Economic and Business Faculty University of Muhammadiyah Purwokerto. The hypothetical verification used multiple linier regression analysis. The results from this research were as follow; 1) trus affected on the intention of e-commerce use, 2) risk perception affected on the intention of e-commerce use, 3) benefit perception affected on the intention of e-commerce use, 4) private perception affected on the intention of e-commerce use, 5) behavior control perception affected on the intention of e-commerce use, 6) trust had biggest effect on the intention of e-commerce use.

Keywords: trust, risk perception, benefit perception, private perception, behavior control perception, the intention e-commerce use.