

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, REVIEW  
KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
SHOPEE**

(Studi Kasus Konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)

**SKRIPSI**

**SRI HARTATI  
21160000015**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, REVIEW  
KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
SHOPEE**

(Studi Kasus Konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)

**SKRIPSI**

**SRI HARTATI  
21160000015**



**SKRIPSIINI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO, REVIEW KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOPEE**

**(Studi Kasus Konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 02 September 2020



## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO, REVIEW KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOPEE**

**(Studi Kasus Konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Sumitro, M.Sc dan diketahui oleh Kepala Program Studi Drs. Sumitro, M.Sc serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

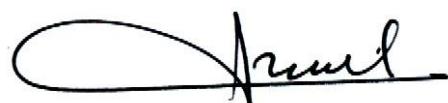
Jakarta, 02 September 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc



Drs. Sumitro, M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN

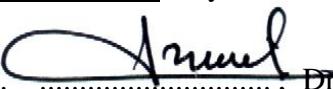
Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO, REVIEW KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOPEE**

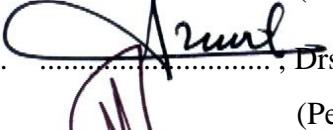
**(Studi Kasus Konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 02 September 2020 dengan nilai A.

**Panitia Ujian** Karya Ilmiah

1.  , Drs. Sumitro, M.Sc

(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  , Drs. Sumitro, M.Sc  
(Pembimbing)

3.  ; Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc  
(Anggota Penguji)

4.  ; Dr. Engkur, S.I.P., ME  
(Anggota Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku dosen pembimbing dan Kepala Program Studi S-1 Manajemen yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan Dr. Engkur, S.IP., ME Selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen
5. Segenap dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi.
6. Pihak Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur yang telah memberikan izin penelitian dan banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
7. Kedua orang tua tercinta, Mama S. Martiningsih Tuti. M dan Papa Nata Sisri yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, cinta, doa, dan bantuan dukungan material dan moral serta memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada adik saya Meiliyana Safitri terimakasih atas doa dan dukungannya.
9. Kekasih saya Wahyu Wibisono terimakasih karena telah memberikan doa, semangat serta dukungannya.

10. Sahabat seperjuangan saya dalam satu dosen pembimbing yang sama, Hanggoro Sapto Aji, Nadia Wiranata Octaviani, dan Riri Rismayanti terimakasih telah banyak membantu saya dalam memberikan masukan dan solusi.
11. Sahabat tercinta saya Sofiyati, Nurul Ihsan, Siti Muawanah, Rafika Wadhayana, dan Sendi Arief Prawira yang telah memberikan semangat, doa, serta dukungannya.
12. Teman-teman kelas A Manajemen Reguler 2016 untuk segala dukungan dan motivasi serta semangat dalam membantu penulisan skripsi ini
13. Serta teman-teman saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas segala dukungan baik materi, semangat, dan perhatiannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 02 September 2020



**SRI HARTATI**

NPM 21160000015

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Sri Hartati
NPM	:	21160000015
Program Studi	:	S1 Manajemen
Jenis Karya	:	Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO, REVIEW KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOPEE**

**(Studi Kasus Konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 02 September 2020

Yang menyatakan,



Sri Hartati

Sri Hartati NPM : 21160000015 Program Studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Drs. Sumitro, M.Sc
--	--

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, REVIEW KONSUMEN, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA SHOPEE**  
**(Studi Kasus Konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko, *review* konsumen, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada Shopee di Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur. Keputusan pembelian sebagai variabel dependen, sedangkan persepsi risiko, *review* konsumen, dan kepercayaan sebagai variabel independen.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur yang telah menggunakan Shopee. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 89 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan koefisien determinasi dengan SPSS Versi 23.00 dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah dengan menggunakan metoda survei dengan pengamatan langsung dan menyebarkan kuesioner langsung kepada para responden.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan variabel persepsi risiko, *review* konsumen , dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi risiko, *review* konsumen, dan kepercayaan yang diberikan pihak Shopee pada konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Shopee.

Temuan dalam penelitian ini bermanfaat bagi pihak Shopee dalam meningkatkan kepercayaan serta mengurangi risiko dalam pembelian yang dilakukan oleh konsumen agar menjadi situs belanja *online* nomor satu yang dapat dipercaya.

**Kata Kunci : Persepsi Risiko, Review Konsumen, Kepercayaan, Keputusan Pembelian.**

Sri Hartati	Supervisor :
NPM : 21160000015	Drs. Sumitro, M.Sc
S1 Management Study Program	

***INFLUENCE RISK PERCEPTION, CONSUMER REVIEW, AND TRUST IN  
CONSUMER SHOPEE PURCHASING DECISIONS***  
*(Consumer case Studies Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur)*

***ABSTRACT***

*This research aims to determine the influence of risk perception, consumer review, and confidence in consumer purchasing decision on Shopee in the ARMY complex-AD I Cakung, East Jakarta. Purchase decisions as dependent variables, while perception of risk, consumer reviews, and trust as independent. The research aims to test whether there is a positive and significant influence between risk perception, review consume, and trust in the purchasing decision of Shopee in Komplek TNI-AD I Cakung, Jakarta Timur.*

*This study uses a type of quantitative approach. The population of this research is a consumer of TNI-AD Complex I Cakung, East Jakarta who has used Shopee. The sample in this study numbered 89 respondents using Purposive Sampling technique. Analysis of the data of this study using the determination coefficient with SPSS Version 23.00 with hypothesis testing using t test and F test.*

*The results of the study prove that partially and simultaneously variable risk perception, consumer review, and confidence have a significant effect on consumer purchasing decisions on Shopee. This shows that the better the risk perception, consumer review, and trust that Shopee has given to consumers will increase consumer purchasing decisions on Shopee.*

*The findings in this study are useful for Shopee in increasing trust and reducing the risk in purchasing made by consumers in order to become the number one reliable online shopping site.*

***Keywords : Risk Perception, Consumer Review, Trust, Purchase Decision***

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	13
2.2.1. Pemasaran .....	13
2.2.2. <i>E-commerce</i> .....	14
2.2.3. Persepsi Risiko .....	16
2.2.4. <i>Review</i> Konsumen .....	17
2.2.5. Kepercayaan .....	18

2.2.6. Keputusan Pembelian .....	20
2.3. Keterkaitan Antar Variabel .....	26
2.3.1. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.3.2. Pengaruh <i>Review</i> Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .	26
2.3.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.3.4. Pengaruh Persepsi Risiko, <i>Review</i> Konsumen, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	29
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	29
 <b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	31
3.2. Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1. Populasi .....	31
3.2.2. Sampel .....	31
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	33
3.5. Metoda Analisis Data .....	38
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	43
4.2. Deskripsi Responden .....	44
4.3. Hasil Pengujian Instrument Penelitian .....	46
4.3.1. Deskripsi Data .....	46
4.3.2. Uji Validitas .....	49
4.3.3. Uji Reliabilitas .....	51
4.4. Analisis Statistik Data .....	52
4.4.1. Analisis Koefisien Determinasi .....	52
4.4.2. Pengujian Hipotesis .....	55
4.5. Temuan Hasil Penelitian .....	57

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
5.1. Simpulan .....	62
5.2. Saran .....	63
5.3. Keterbatasan penelitian .....	64
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Ketentuan Pengukuran Instrument Penelitian .....	34
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Penelitian Persepsi Risiko .....	35
<b>Tabel 3.3.</b> Indikator Penelitian <i>Review</i> Konsumen .....	36
<b>Tabel 3.4.</b> Indikator Penelitian Kepercayaan .....	36
<b>Tabel 3.5.</b> Indikator Penelitian Keputusan Pembelian .....	37
<b>Tabel 4.1.</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
<b>Tabel 4.2.</b> Data Responden Berdasarkan Usia .....	45
<b>Tabel 4.3.</b> Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
<b>Tabel 4.4.</b> Data Responden Berdasarkan Penghasilan .....	46
<b>Tabel 4.5.</b> Validitas Instrument Per Butir untuk Persepsi Risiko .....	49
<b>Tabel 4.6.</b> Validitas Instrument Per Butir untuk <i>Review</i> Konsumen .....	50
<b>Tabel 4.7.</b> Validitas Instrument Per Butir untuk Kepercayaan .....	50
<b>Tabel 4.8.</b> Validitas Instrument Per Butir untuk Keputusan Pembelian ...	51
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	52
<b>Tabel 4.10.</b> Koefisien Determinasi Parsial $X_1$ Terhadap Y .....	52
<b>Tabel 4.11.</b> Koefisien Determinasi Parsial $X_2$ Terhadap Y .....	53
<b>Tabel 4.12.</b> Koefisien Determinasi Parsial $X_3$ Terhadap Y .....	54
<b>Tabel 4.13.</b> Koefisien Determinasi Simultan .....	55

## TABEL GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 1.1.</b> Survei <i>Top of Mind E-Commerce</i> Tahun 2019 .....	5
<b>Gambar 2.1.</b> Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	22
<b>Gambar 2.2.</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	30
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Risiko .....	47
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel <i>Review</i> Konsumen .....	47
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Skala Likert Variabel Kepercayaan .....	48
<b>Gambar 4.4.</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	68
<b>Lampiran 2.</b> Skor Variabel Persepsi Risiko ( $X_1$ ) .....	75
<b>Lampiran 3.</b> Skor Variabel <i>Review Konsumen</i> ( $X_2$ ) .....	77
<b>Lampiran 4.</b> Skor Variabel Kepercayaan ( $X_3$ ) .....	79
<b>Lampiran 5.</b> Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	81
<b>Lampiran 6.</b> Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko ( $X_1$ ) .....	83
<b>Lampiran 7.</b> Uji Validitas Variabel <i>Review Konsumen</i> ( $X_2$ ) .....	85
<b>Lampiran 8.</b> Uji Validitas Variabel Kepercayaan ( $X_3$ ) .....	86
<b>Lampiran 9.</b> Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	87
<b>Lampiran 10.</b> Uji Reliabilitas Varibel Persepsi Risiko ( $X_1$ ) .....	89
<b>Lampiran 11.</b> Uji Reliabilitas Varibel <i>Review Konsumen</i> ( $X_2$ ) .....	90
<b>Lampiran 12.</b> Uji Reliabilitas Varibel Kepercayaan ( $X_3$ ) .....	91
<b>Lampiran 13.</b> Uji Reliabilitas Varibel Keputusan Pembelian (Y) .....	92
<b>Lampiran 14.</b> Koefisien Determinasi $X_1$ Terhadap Y dan Koefisien Determinasi $X_2$ Terhadap Y .....	93
<b>Lampiran 15.</b> Koefisien Determinasi Parsial $X_1$ Terhadap Y dan Koefisien Determinasi Simultan $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ Terhadap Y .....	94
<b>Lampiran 16.</b> Uji t dan Uji F .....	95