

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI RESIKO, DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ONLINE**  
(Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama)

**SKRIPSI**

**YAN ROMARIO**  
**2113000140**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI RESIKO, DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ONLINE**  
(Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama)

**SKRIPSI**

**YAN ROMARIO**  
**2113000140**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

### **Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 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, 12 Agustus 2019



**YAN ROMARIO**  
NPM 2113000140

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Asep Saefurahman, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 12 Agustus 2019

Pembimbing,



Asep Saefurahman, SE., MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.SC


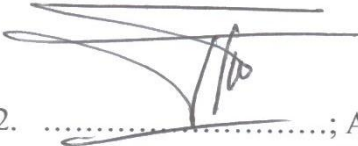


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

### **Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 21 Agustus 2019 dengan nilai B +

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1.  .....; Drs. Sumitro, M.SC  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  .....; Asep Saefurahman, SE., MM  
(Pembimbing)
3.  .....; Doddi Prastuti, SE.,MBA  
(Penguji 1)
4.  .....; M. Ramaditya, BBA.,M.Sc  
(Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat karunia-Nya, sehingga penelitian dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), Jakarta.

Skripsi 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. Asep Saefurahman, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
2. Doddi Prastuti, SE.,MBA dan M. Ramaditya, BBA.,M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Drs. Sumitro, M.SC selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
4. Pihak –pihak yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
5. Orang tua dan Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dan dukungan material dan moral, dan
6. Sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, Peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 12 Agustus 2019



**YAN ROMARIO**  
NPM 2113000140

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yan Romario  
NPM : 2113000140  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusife Royallty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

### **Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola,dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 12 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Yan Romario

Yan Romario  
2113000140  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Asep Saefurahman, SE., MM

**Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Persepsi Harga, Persepsi Risiko dan Kualitas Informasi terhadap keputusan pembelian online. Studi kasus pada karyawan PT. Jakarta Teknologi Utama Motor. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang yang pernah melakukan pembelian produk melalui situs e-commerce yang diperoleh dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan convenience sampling.

Analisis ini menggunakan program SPSS yang meliputi: uji validitas dan realibilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dari analisis tersebut diperoleh persamaan regresi:

Dimana variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ), Persepsi Risiko ( $X_2$ ) dan Kualitas Informasi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ), Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ), Persepsi Risiko ( $X_2$ ) terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian, sedangkan Kualitas Informasi ( $X_3$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Persepsi Harga, Persepsi Risiko dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian.. Angka Adjusted R Square sebesar 0,580 menunjukkan bahwa 58,0 persen variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 42,0 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Persepsi Harga, Persepsi Risiko, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian**



Yan Romario  
2113000140  
Program Studi S-1 Manajemen

Advisors :  
Asep Saefurahman, SE., MM

**Effects of Price Perception, Risk Perception, and Quality  
Information on Buying Decisions Online  
(Case study in PT. Jakarta Teknologi Utama's employees)**

**ABSTRACT**

This research is a quantitative descriptive type that aims to find out how much Price Perception, Risk Perception and Information Quality towards online purchasing decisions. Case study on PT. Jakarta Utama Motor Technology. After a literature review and hypothesis formulation, data were collected through a questionnaire method of 100 people who had made product purchases through an e-commerce site obtained using a non-probability sampling technique with a convenience sampling approach.

This analysis uses the SPSS program which includes: validity and reliability test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test and F test, and analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ). From this analysis the regression equation is obtained:

Where the Price Perception ( $X_1$ ), Risk Perception ( $X_2$ ) and Information Quality ( $X_3$ ) variables have a positive effect on Purchasing Decisions (Y), Hypothesis Testing using the T test shows that the Price Perception ( $X_1$ ), Risk Perception ( $X_2$ ) variables are significantly proven Influence the dependent variable on purchasing decisions, while Information Quality ( $X_3$ ) does not have a significant effect on the dependent variable on purchasing decisions. Then through the F test it can be seen that jointly (simultaneously) there is a significant effect of the variable Price Perception, Risk Perception and Information Quality on Purchasing Decisions .. The Adjusted R Square figure of 0.580 shows that 58.0 percent of variations in purchasing decisions can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the remaining 42.0 percent is explained by other variables beyond the three variables used in this study.

**Keywords: Price Perception, Risk Perception, Information Quality and Purchasing Decision**

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pengertian E-Commerce .....	11
2.2.1.1. Jenis-jenis E-Commerce .....	12
2.2.1.2. Kelebihan E-Commerce .....	13
2.2.1.3. Manfaat E-Commerce .....	15
2.2.1.4. Proses Transaksi E-Commerce .....	15
2.2.2. Persepsi Harga .....	16
2.2.2.1. Pengertian Persepsi Harga .....	16

## Halaman

2.2.2.2. Aspek-aspek Persepsi Harga .....	17
2.2.2.3. Dimensi Persepsi Harga .....	17
2.2.3. Persepsi Resiko .....	18
2.2.3.1. Pengertian Persepsi Resiko.....	18
2.2.3.2. Dimensi Persepsi Resiko.....	18
2.2.4. Kualitas Informasi .....	20
2.2.4.1. Pengertian Kualitas Informasi.....	20
2.2.4.2. Dimensi Kualitas Informasi.....	20
2.2.5. Keputusan Pembelian .....	21
2.2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.2.5.2. Faktor Keputusan Pembelian.....	21
2.2.5.3. Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.2.5.4. Dimensi Keputusan Pembelian.....	23
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian .....	24
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	27
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	28
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	29
3.2. Populasi dan Sampel .....	29
3.2.1. Populasi penelitian .....	29
3.2.2. Sampel penelitian .....	29
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	30
3.4. Operasional Variabel .....	31
3.5. Metoda Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	36
4.2. Deskripsi Data .....	37
4.3. Uji Instrumen .....	40

	<b>Halaman</b>
4.3.1. Uji Validitas .....	40
4.3.2. Uji Realibilitas .....	41
4.4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4.4.1. Persepsi Harga.....	41
4.4.2. Persepsi Resiko.....	43
4.4.3. Kualitas Informasi.....	44
4.4.4. Keputusan Pembelian.....	45
4.5. Uji Hipotesis .....	47
4.5.1 Analisa Regresi .....	47
4.5.2 Uji Hipotesis Parsial .....	48
4.5.3 Uji Hipotesis Simultan .....	49
4.6. Koefisien Determinasi Parsial.....	50
4.6. Koefisien Determinasi Simultan.....	50
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>52</b>
5.1. Simpulan .....	52
5.2. Saran .....	53
DAFTAR REFERENSI .....	54
LAMPIRAN .....	56

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Pertumbuhan E-Commerce dunia tahun 2019.....	1
<b>Tabel 1.2.</b> Prediksi Penjualan E-Commerce 2016-2019.....	2
<b>Tabel 1.3.</b> Pengunjung E-Commerce Indonesia.....	3
<b>Tabel 3.1.</b> Skala Likert .....	31
<b>Tabel 3.2.</b> Variabel Penelitiandan Definisi Operasional .....	32
<b>Tabel 3.3.</b> Pedoman Koefisien Korelasi Determinasi Parsial.....	34
<b>Tabel 4.1.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
<b>Tabel 4.2.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
<b>Tabel 4.3.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	38
<b>Tabel 4.4.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	39
<b>Tabel 4.5.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	39
<b>Tabel 4.6.</b> Hasil Uji Validitas .....	40
<b>Tabel 4.7.</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	41
<b>Tabel 4.8.</b> Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	42
<b>Tabel 4.9.</b> Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Risiko .....	43
<b>Tabel 4.10.</b> Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Informasi.....	44
<b>Tabel 4.11.</b> Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	45
<b>Tabel 4.12.</b> Nilai Koefisien Regresi .....	47
<b>Tabel 4.13.</b> Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T) .....	48
<b>Tabel 4.14.</b> Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	49
<b>Tabel 4.15.</b> Koefisien Determinasi Parsial.....	50
<b>Tabel 4.16.</b> Model Summary R <sup>2</sup> .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Gambar Kerangka Konsep Penelitian.....	28
<b>Gambar 4.1.</b> Tekno Body Repair.....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> SPSS Output .....	56
<b>Lampiran 2.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	62
<b>Lampiran 3.</b> Pertanyaan Kusisioner Penelitian.....	63
<b>Lampiran 4.</b> Surat Balasan Penelitian.....	65
<b>Lampiran 5.</b> Lembar Konsultasi .....	66