

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN
MENGUNAKAN *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN NIAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

SEPTI HANDAYANI

B 100170127

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN
MENGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN NIAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Yang ditulis dan disusun oleh:

SEPTI HANDAYANI
B100170127

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Pembimbing



(Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN
MENGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN NIAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Oleh:

SEPTI HANDAYANI
B100170127

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 21 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Dra. Wuryaningsih DL, M.M.

(Ketua Dewan Penguji)

2. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Aflit Nuryulia Praswati, S.E., M.M.

(Anggota II Dewan penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SEPTI HANDAYANI**
NIM : **B 100170127**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERCAYAAN DAN
PERSEPSI KEAMANAN MENGGUNAKAN E-
COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN NIAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan,

SEPTI HANDAYANI

MOTTO

“Man Jadda wa Jada”

Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka (dia) akan mendapatkannya.

“Belajar tanpa berpikir tidak ada gunanya, tapi berpikir tanpa belajar sangat berbahaya!”

(Ir. Soekarno)

PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis persembahkan Skripsi ini kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan;Nya yang telah memberi hamba Kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW memberi tauladan dan memberi perubahan jahiliyah ke zaman yang terang ini.
3. Bapak, Ibu dan kakak-kakak yang telah memberikan dukungan baik secara moral, material, serta doa yang tiada henti-hentinya, semoga bisa memenuhi harapan dan membanggakan kalian.
4. Keluarga besar yang selalu senantiasa memberikan do'a dan dukungan.
5. Pembimbing skripsi Bapak Dr. Jati Waskito, SE., M.Si membimbing penulisan skripsi.
6. Pembimbing akademik Ibu Wuryaningsih DL, S.E, M.M yang sudah memberikan arahan dalam proses masa perkuliahan.
7. Serta seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi saya banyak ilmu dan wawasan.
8. Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
9. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan jasa berbasis *e-commerce*; (2) pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan jasa berbasis *e-commerce*; (3) niat beli memediasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan jasa berbasis *e-commerce*; dan (4) niat beli mampu memediasi pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan jasa berbasis *e-commerce*. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menguji pada konsumen blibli.com yang terdapat di yogyakarta. Pengambilan sampel yang digunakan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 105 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (2) persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (3) niat beli mampu memediasi pengaruh kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; dan (4) niat beli mampu memediasi pengaruh persepsi keamanan secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kepercayaan, Persepsi, Niat Beli, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze: (1) the effect of trust on purchasing decisions in e-commerce-based service companies; (2) the effect of security perceptions on purchasing decisions in e-commerce-based service companies; (3) purchase intention mediates the effect of trust on purchasing decisions in e-commerce-based service companies; and (4) purchase intention mediates the effect of perceived security on purchasing decisions in e-commerce-based service companies. This research method uses quantitative methods by testing blibli.com consumers in Yogyakarta. Sampling used purposive sampling technique with a total of 105 respondents. The results of this study indicate that: (1) trust has a positive and significant effect on purchasing decisions; (2) the perception of security has a positive and significant effect on purchasing decisions; (3) purchase intention is able to mediate the effect of trust in a positive and significant way on purchasing decisions; and (4) purchase intention is able to mediate the effect of perceived security positively and significantly on purchasing decisions

Keywords: Trust, Security Perception, Purchase Intention, Purchase Decision

KATA PENGANTAR



Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang tiada henti selalu memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN NIAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** sebagai syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Peneliti menyadari bahwa bantuan, bimbingan, semangat serta dorongan dari berbagai pihak merupakan motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si. sebagai rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E. M.Si., Ph.D. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. Jati Waskito, SE., M.Si sebagai Dosen Pembimbing Skripsi dengan sabar telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan mulai dari proses skripsi hingga penyelesaian ujian skripsi.
5. Ibu Wuryaningsih DL, S.E, M.M, sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang selalu merespon dan membantu saya selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu.
7. Bapak, Ibu dan keluarga yang telah memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan peneliti.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi motivasi, bimbingan, bantuan dan arahan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Kepercayaan.....	8
2. Persepsi Keamanan.....	12
3. Niat Beli.....	14
4. <i>E-commerce</i>	16
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Hipotesis	26
D. Kerangka Pikir.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian	30

B. Objek dan Subjek Penelitian.....	30
C. Jenis Data.....	30
D. Teknik Pengambilan Sampel	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
G. Uji Kualitas Instrumen.....	35
H. Analisis Data Dan Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian Analisis Deskriptif	43
1. Analisis Deskriptif Responden	43
2. Analisis Deskriptif Variabel	45
3. Analisis Pengaruh	46
B. Hasil Pengujian Model Struktural: Inner Model	49
C. Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Keterbatasan Penelitian	55
C. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 3.2 Variabel Independen	33
Tabel 3.3 Variabel Intervening	34
Tabel 3.4 Variabel Dependen.....	34
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Blibli.com	43
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia Responden	44
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Variabel Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	45
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Keamanan	45
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli	46
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4. 8 <i>Outer Loading</i>	47
Tabel 4. 9 <i>Cross Loading</i>	47
Tabel 4. 10 Nilai AVE	48
Tabel 4. 11 Nilai <i>Composite Reliability</i>	49
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	49
Tabel 4. 13 Nilai Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4. 14 Path Coefficient.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	29
Gambar 4.1 Hasil <i>Bootstrapping</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....	64
Lampiran 3. Analisis Deskriptif Responden	79
Lampiran 4. Pengujian Outer Model.....	80
Lampiran 5. Pengujian Inner Model	82