

**PERSEPSI KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT  
PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE**



**SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**RISYAD ADITYA NAKATA**

**B 100 170 042**

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

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

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

### **PRESEPSI KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**RISYAD ADITYA NAKATA**  
**B100170042**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Pembimbing



**(Lukman Hakim, 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**  
**PRESEPSI KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT**  
**PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE**

Oleh:

**RISYAD ADITYA NAKATA**  
**B100170042**

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. Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.   
(Ketua Dewan Penguji)
2. Lukman Hakim, S.E., M.Si.   
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Sidiq Permono Nugroho, 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 : **RISYAD ADITYA NAKATA**  
NIM : **B 100 170 042**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **PRESEPSI KONSUMEN DALAM  
MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN  
PADA TOKO ONLINE SHOPEE**

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 2020

Yang Membuat Pernyataan,

**RISYAD ADITYA NAKATA**

## MOTTO

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (segala urusan), maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh”*

*(Q.S al Insyirah: 67)*

*“Apa gunanya ilmu kalau tidak memperluas jiwa seseorang sehingga ia berlaku seperti samudera yang menampung sampah-sampah”*

*(Emha Ainun Nadjib)*

*“Barangiapa yang menempuh jalan untuk menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.”*

*(HR. Muslim, No.  
2699)*

*“Allah mengangkat orang – orang beriman di antara kamu dan juga orang – yang dikaruniai ilmu pengetahuan hingga beberapa derajat.”*

*(Al-Mujadalah : 11)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikan skripsi ini, penulis mempersembahkan karya kecil ini untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.
2. Kedua orangtuaku, Bapak Kuncoro Ady Satiyo dan Ibu Tri Umayahi tercinta yang telah memberi kasih sayang, dukungan, nasihat serta doa yang terbaik untukku.
3. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu selama masa perkuliahan hingga pembuatan karya ini. Semoga bantuan dan kebaikan kalian diberi balasan yang layak dari Allah SWT.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh Persepsi Konsumen Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Pada Toko Online Shopee. Variabel yang digunakan antara lain kegunaan; persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko, persepsi kepercayaan untuk independennya sedangkan dependennya yaitu minat pembelian. Studi yang dilakukan pada Toko Online Shopee. Sampel studi ini sebanyak 103 responden calon konsumen yang sudah mengetahui Toko Online Shopee wilayah Soloraya. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinan, uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian terakhir kuesioner sudah valid dan reliabel. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian pada Toko Online Shopee. Sedangkan persepsi resiko memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap minat pembelian

**Kata kunci:** Kegunaan Persepsi Kemudahan Penggunaan), Persepsi Resiko; Persepsi Kepercayaan; Minat Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to influence consumer perceptions in increasing purchase intention at Shopee Online Stores. The variables used include usability; perceived ease of use, perceived risk, perceived trust for the independent while the dependent is purchase intention. A study conducted on the Shopee Online Store. The sample of this study is 103 respondents of prospective consumers who already know the Shopee Online Store in the Soloraya area. Collecting data using a questionnaire. The analytical method used is multiple linear regression analysis, t test, F test, and determinant coefficients, validity and reliability tests. The results of the last research questionnaire are valid and reliable. Based on the results of the analysis found, it can be explained that perceived usefulness, perceived ease of use, perceived trust have a positive and significant influence on purchase intention at Shopee Online Stores. While the perception of risk has a negative and significant influence on purchase intention*

**Keywords:** *Usefulness Perceived Ease of Use), Risk Perception; Perception of Trust; Purchase Interest*



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum wr. wb.*

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Presepsi Konsumen dalam Meningkatkan Minat pembelian pada Toko Onlne Shopee”**, tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, kekuatan, kesabaran, kemudahan dan segala nikmat-Nya yang tak pernah henti senantiasa dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unioversitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, SE. M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Bapak Lukman Hakim, SE., M.Si. selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Ibu dan Bapak tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dan yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendo'akan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin Ya Robbal'alamin.

*Wassalamu'alaikum wr. wb*

Surakarta, 21 Juni 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	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.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori.....	16
1. Minat Pembelian.....	16
2. Persepsi Kegunaan/ Manfaat.....	18
3. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	20
4. Persepsi Resiko.....	21
5. Persepsi Kepercayaan.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	32

D. Pengembangan Hipotesis .....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian .....	38
B. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	39
C. Populasi dan Sampel.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	49
A. Gambar Umum Objek Penelitian.....	49
B. Diskripsi Target Sasaran Sampel.....	54
C. Pengujian Instrumen Data.....	58
D. Uji Asumsi Klasik.....	62
E. Analisis <i>Model Goodness of Fit</i> .....	64
F. Analisis Regresi .....	66
G. Analisis Hipotesis .....	67
H. Pembahasan .....	68
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	76
LAMPIRAN .....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index of Situs Online Shopping dan Jumlah Pengunjung.....	5
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel Penelitian .....	41
Tabel 4. 1 Diskripsi Jenis kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Diskripsi Pendidikan .....	55
Tabel 4. 3 Diskripsi Usia .....	55
Tabel 4. 4 Diskripsi Total Pendapatan.....	56
Tabel 4. 5 Diskripsi Pekerjaan.....	56
Tabel 4. 6 Diskripsi Transaksi Pembelian Satu Bulan .....	57
Tabel 4. 7 Diskripsi Total Harga Sekali Transaksi.....	57
Tabel 4. 8 Hasil Validitas Minat Pembelian.....	59
Tabel 4. 9 Hasil Validitas Persepsi Kegunaan.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Validitas Pesepsi Kemudahan Penggunaan.....	60
Tabel 4. 11 Hasil Validitas Pesepsi Resiko .....	60
Tabel 4. 12 Hasil Validitas Pesepsi Kepercayaan .....	61
Tabel 4. 13 Hasil Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 14 Hasil Normalitas.....	63
Tabel 4. 15 Hasil Multikolinieritas.....	63
Tabel 4. 16 Hasil Heteroskedastisitas.....	64
Tabel 4. 17 Analisis Analisis <i>Model Goodness of Fit</i> .....	64
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Produk Shopee yang digunakan.....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	87
Lampiran 2. <i>TABLE VALUES OF rproduct moment</i> .....	93
Lampiran 3. <i>Tabel Nilai t</i> .....	94
Lampiran 4. <i>Tabel Nilai t</i> .....	95
Lampiran 5. <i>Tabel Nilai F</i> .....	97