

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, MANFAAT,  
DAN RESIKO TERHADAP MINAT PEMBELI UNTUK  
MENGUNAKAN SISTEM *E-COMMERCE***

(Studi Empiris Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta)



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**LIA RESTI PUTRI MUTIARAHARJA**

B 200 120 308

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

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, MANFAAT, DAN  
RESIKO TERHADAP MINAT PEMBELI UNTUK MENGGUNAKAN  
SISTEM *E-COMMERCE***

**(Studi Empiris Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**LIA RESTI PUTRI MUTIARAHARJA**

**B 200 120 308**

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing**

  
**(Dr. Noer Sasongko, SE, M.Si, Ak)**

## HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, MANFAAT, DAN  
RESIKO TERHADAP MINAT PEMBELI UNTUK MENGGUNAKAN  
SISTEM *E-COMMERCE*  
(Studi Empiris Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Oleh :

**LIA RESTI PUTRI MUTIARAHARJA**

**B 200 120 308**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Sabtu, 30 April 2016  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan penguji:

1. Dr. Noer Sasongko, S.E, M.Si, Ak

(Ketua Dewan Penguji)

(*Noer*)

2. Drs. Atwal Arifin, M.Si, Akt, CA

(Anggota I Dewan Penguji)

(*Atwal*)

3. Dr. Fatchan Achyani, S.E, M.Si

(Anggota II Dewan Penguji)

(*Fatchan*)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



*[Signature]*  
D. Prayono, S.E, M.Si  
NIK. 642



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **LIA RESTI PUTRI MUTIARAHARJA**  
NIM : **B200120308**  
Jurusan : **AKUNTANSI**  
Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, MANFAAT, DAN RESIKO TERHADAP MINAT PEMBELI UNTUK MENGGUNAKAN SISTEM E-COMMERCE (Studi Empiris pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

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 hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 21 April 2016

Yang membuat pernyataan,

(LIA RESTI PUTRI.M.)

## MOTTO

*Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan maka  
apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan)  
tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan  
hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap*

*(Q.S Al -Insyirah:6-8)*

*Cukup Allah sebagai penolong kami dan Dia adalah  
sebaik-baiknya Pelindung*

*(Q.S Alí Imran:173)*

*Belajar tentang pikiran dan ilmu pengetahuan tanpa  
belajar untuk memperkaya hati sama dengan tak  
belajar apa-apa*

*(Aristoteles)*

## **PERSEMBAHAN**

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

- Allah SWT, yang telah memberikan anugrah sepanjang hidupku, senantiasa mencurahkan nikmat serta hidayah-Nya dan memberikan kesempatan untuk terus belajar dan berusaha.
- Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
- Spesial kepada orang yang sangat kucinta dan kusayang, Ibu Siti Asiyah dan Almarhum Bapak Wisnu Murti Raharjo. Tidak ada untaian kata yang sanggup aku ungkapkan betapa besar pengorbanan yang tiada lekang, keikhlasan, semangat yang terus engkau berikan untukku serta doa yang engkau panjatkan untukku dan kasih sayang yang telah engkau berikan untukku.
- Adik-adikku tersayang, terima kasih atas doa, dukungan, dan perhatian yang telah kalian berikan untukku.
- Seseorang yang spesial di hati dan selalu kusebut dalam doa, mas Ari Setianto terimakasih untuk segala doa, kesetiaan, dan perhatian yang telah diberikan.
- Sahabat-sahabatku yang tersayang, terima kasih untuk semangat, perhatian dan motivasi yang kalian berikan untukku. Semoga kelak kita bisa menggapai kesuksesan bersama.
- Almamaterku yang selalu kubanggakan.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wa Rahmatullahi Wa Barakatuh*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam.

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan berkah-Nya yang tiada terbatas dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, MANFAAT, DAN RESIKO TERHADAP MINAT PEMBELI UNTUK MENGGUNAKAN SISTEM *E-COMMERCE* (Studi Empiris pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)”. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Banyak pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Azza Wa Jalla yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya dan segala petunjuk, kekuatan dan kemudahan untuk semuanya.
2. Bapak Dr. Triyono, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Zulfikar, SE, M.Si Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. Noer Sasongko, SE, M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan bimbingan, waktu, dan saran sehingga skripsi ini dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Ibu Shinta Permata Sari, SE selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat bagi penulis
7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang turut membantu dalam kelancaran perkuliahan.
8. Kedua orang tuaku yang tercinta (Ibu Siti Asiyah dan Alm. Bapak Wisnu Murti Raharjo) yang telah memberikan banyak dorongan, kasih sayang, saran, masukan, nasehat dan doa yang tak pernah putus sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat.
9. Kedua adikku Della Alvioleta Raharja dan Desta Mahendra Putra Raharja tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan hiburan kepada penulis sehingga dapat tetap semangat menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat-sahabatku Mbak Nita, Amal, Mbak Sari, Mbak Galuh, Zuki, Dik Dian, Ichak dll tetap jaga silaturahmi kekeluargaan kita sampai akhir.
11. Teman-temanku Erica, Fina, Jeje, Mbak Lusy, Ria, Okta, Icha, Indah, Ipung, dll terima kasih untuk semangat, perhatian dan motivasi yang kalian berikan untukku. Semoga kelak kita bisa menggapai kesuksesan bersama.



12. Teman-teman Keluarga Mahasiswa Akuntansi yang telah memberikan banyak bantuan dalam penyelesaian skripsi.
13. Seluruh responden atas waktu yang diberikan untuk mengisi kuesioner penelitian dalam penelitian ini.
14. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.,

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

***Wassalamu'alaikum Wa Rahmatullahi Wa Barakatuh***

Surakarta, 21 April 2016

Penulis,

**LIA RESTI PUTRI.M.**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAKSI .....	xviii
ABSTRACT .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
A. Tinjauan Literatur.....	12
1. Teori <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	12
2. <i>Electronic Commerce</i> .....	14
3. Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> .....	17
4. Kepercayaan.....	18
5. Pengalaman.....	19
6. Manfaat.....	20
7. Resiko.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Rerangka Pemikiran Teoritis.....	27
D. Pengembangan Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	32
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
1. Variabel Dependen.....	35
2. Variabel Independen.....	36
a. Kepercayaan.....	36
b. Pengalaman.....	36

c. Manfaat .....	37
d. Resiko .....	37
D. Metode Analisis Data .....	38
1. Uji Statistik Deskriptif .....	38
2. Uji Kualitas Data .....	39
a. Uji Validitas .....	39
b. Uji Reliabilitas .....	39
3. Uji Asumsi Klasik .....	40
a. Uji Normalitas .....	40
b. Uji Multikolinearitas .....	40
c. Uji Heteroskedasitas .....	41
4. Uji Hipotesis .....	42
a. Analisis Regresi Berganda .....	42
b. Uji Statistik F .....	43
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
d. Uji Statistik t .....	45
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Deskripsi Obyek Penelitian .....	47
B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	48
C. Statistik Deskriptif .....	54
D. Pengujian Data .....	56

1. Uji Kualitas Data.....	56
a. Hasil Uji Validitas.....	56
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	59
2. Uji Asumsi Klasik.....	61
a. Uji Normalitas.....	61
b. Uji Multikolinearitas.....	62
c. Uji Heterokedastisitas.....	63
3. Uji Hipotesis.....	64
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	64
b. Uji Determinan $R^2$ .....	66
c. Uji F.....	67
d. Uji t.....	68
E. Pembahasan.....	70
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	33
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Uang Saku per Bulan Responden	50
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Lama Penggunaan Internet.....	51
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Fasilitas Internet yang Sering Digunakan Responden.....	51
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Banyaknya Melakukan Belanja Online.....	52
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Produk atau Jasa yang Dibeli..	53
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Pembayaran Belanja Online...	54
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembeli untuk Menggunakan Sistem <i>E-Commerce</i> .....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Resiko.....	59

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Data.....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	63
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji $R^2$ .....	67
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.23 Hasil Uji t.....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Gambar Rerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Gambar Model Penelitian.....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi data
- Lampiran 3 : Output Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 4 : Output Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Output Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Output Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 7 : Output Uji Multikolinearitas
- Lampiran 8 : Output Uji Regresi Linear Berganda, Uji  $R^2$ , Uji F, Uji t
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Validasi Data Skripsi
- Lampiran 10 : Tabel r
- Lampiran 11 : Tabel F
- Lampiran 12 : Tabel t

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepercayaan, pengalaman, manfaat, dan resiko terhadap minat pembeli untuk menggunakan sistem *e-commerce*. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan kepercayaan, pengalaman, manfaat, dan resiko berpengaruh signifikan terhadap minat pembeli untuk menggunakan sistem *e-commerce*.

**Kata Kunci** : Kepercayaan, Pengalaman, Manfaat, Resiko, Minat Pembeli untuk Menggunakan Sistem *E-commerce*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the effect of the trust, experience, benefit, and risk on intention of the buyer to use e-commerce system. The research was conducted in major Accounting Faculty Economic and Business Muhammadiyah University of Surakarta. Determination of sample, using a purposive sampling method. The data in this research is obtained by distributing questionnaires to the respondents. The number of respondents as many 100 people. The data analysis was using multiple linear regressions analysis. The analysis showed that trust, experience, benefit, and risk have a significant effect on intention of the buyer to use e-commerce system.*

**Key words :** *trust, experience, benefit, risk, intention of the buyer to use e-commerce system*