

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO ONLINE  
DI WEBSITE SHOPEE ( STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA STMIK – STIE  
MIKROSKIL )**

**SKRIPSI**

Oleh :

**FENNY CHAUNARDO  
NIM : 15.711.0990**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2019**

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING ONLINE STORE  
CONSUMERS IN PURCHASING DECISIONS ON  
SHOPEE WEBSITE ( CASE STUDY BASED ON  
MANAGEMENT STUDY PROGRAM STUDENT  
STMIK – STIE MIKROSKIL )**

**FINAL RESEARCH**

By :

**FENNY CHAUNARDO**  
**Student Number : 15.711.0990**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2019**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO ONLINE  
DI WEBSITE SHOPEE ( STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA STMIK – STIE  
MIKROSKIL )**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh :

**FENNY CHAUNARDO**  
**NIM. 15.711.0990**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

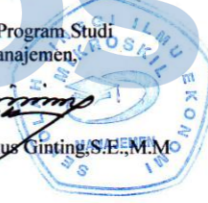
  
Ir.Mbayak Ginting,S.Kom.,M.M.

  
Sugianta Ovinus Ginting,S.E.,M.M

Medan,01 Juli 2019  
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi  
Manajemen,

  
Sugianta Ovinus Ginting,S.E.,M.M



### LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Fenny Chaunardo  
NIM : 157110990  
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Toko Online di Website Shopee ( Studi Kasus pada Mahasiswa STMIK – STIE Mikroskil )

Tempat Penelitian : STMIK – STIE Mikroskil Medan  
Alamat Tempat Penelitian : Jalan Thamrin No.124  
No. Telp Tempat Penelitian : 061-4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri ( tidak menyuruh orang lain mengerjakannya ) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya ( membuatnya ), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif ( Non – exclusive Royalty Free Right ) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada ( jika diperlukan ). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan , mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data ( database ), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh – sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun,

Medan, 01 Juli 2019

Saya yang membuat pernyataan,



Fenny Chaunardo

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan, Keamanan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Toko *Online* di Website Shopee. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa STMIK – STIE Mikroskil Medan sejumlah 356 orang yang pernah melakukan pembelian melalui toko online di Website Shopee. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara kuisioner dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian menunjukkan secara simultan variabel Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan, Keamanan dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Keamanan dan Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Shopee, sedangkan variabel Harga berpengaruh negatif tidak signifikan dalam Keputusan Pembelian Toko Online Shopee. Nilai *Adjusted R.Square* yang diperoleh sebesar 42.2% dan sisanya 57.8% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan, Keamanan, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

The aim of this research is to know the effect and analyze of Trust, Price, Service Quality, Perceived Risk and Security on Purchasing Decisions on Shopee Online Stores. The sample of this research is all the consumers who purchased through Shopee Online Store in STMIK – STIE Mikroskil with a sample of 356 respondents. The research method used in this study is associative research. The method of data collection was done by questionnaire and literature study. The analysis technique used is multiple linear regressions. Based on the result of testing in this research shows that simultaneously Trust, Price, Service Quality, Perceived Risk, and Security influence the Purchasing Decisions on Shopee Online Stores. Partially Trust, Service Quality, Perceived Risk and Security affect positively and significant impact on Purchasing Decisions, while Price affect negatively and insignificant for Purchasing Decisions. The Adjusted R.Square value obtained is 42.2% and the remaining 57.8% is influenced by other variable which are not observed in this research.

**Keywords** : *Trust, Price, Service Quality, Perceived Risk, Security, Purchasing Decisions.*



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setianya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Toko Online di Website Shopee ( Studi Kasus Mahasiswa STMIK – STIE Mikroskil ) ” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting,S.Kom., M.M. selaku Dosen pembimbing I dan selaku Ketua STIE Mikroskil yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing II dan selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I. Selaku Wakil ketua I STMIK-STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Saliman, S.T. Selaku Wakil ketua III STMIK\_STIE Mikroskil Medan.
5. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
6. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Dosen STIE-Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Seluruh Konsumen Shopee atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.

9. Kepada Orang tua saya Bapak Tjioe Se Eng dan Ibu Sai Lan berserta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak terhingga.
10. Sahabat – sahabat penulis, Anabella Tan, Francesca, Mely Sandi Ayu Hidayat, Syafira Ulya Firza, Jhonatandri, serta seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Mikroskil 2015-2019 yang telah memberi motivasi dan semangat.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masing terdapat kekurangan, kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 12 Juni 2019

Penulis,

UNIVERSITAS  
Fenny Chaunardo  
MIKROSKIL



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup .....	5
1.4 Tujuan .....	6
1.5 Manfaat .....	6
1.6 Originalitas .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	9
2.1.3 E-Commerce .....	10
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	12
2.1.5 Kepercayaan .....	16
2.1.6 Harga .....	19
2.1.7 Kualitas Pelayanan .....	22
2.1.8 Keamanan .....	25
2.1.8.1 Pengertian Keamanan .....	25
2.1.8.2 Metode Pengamanan dalam Transaksi E-Commerce .....	26
2.1.8.3 Indikator – Indikator Keamanan : .....	26
2.1.9 Persepsi Risiko .....	27
2.1.9.1 Pengertian Persepsi Risiko .....	27
2.1.9.2 Faktor – Faktor Mempengaruhi Persepsi Risiko .....	27
2.1.9.3 Indikator – Indikator Persepsi Risiko .....	28
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka / Model Konseptual .....	34

2.4	Pengembangann Hipotesis .....	35
2.4.1	Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	35
2.4.2	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	36
2.4.3	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	36
2.4.4	Pengaruh Variabel Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	36
2.4.5	Pengaruh Variabel Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	37
2.4.6	Pengaruh Variabel Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan, Keamanan, dan Persepsi Risiko dan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	38
3.2	Objek Penelitian .....	38
3.3	Populasi dan Sampel .....	38
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	40
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.6	Metode Analisis Data .....	42
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	43
3.6.2	Pengujian Kualitas Data .....	43
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik .....	44
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>49</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	49
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan .....	49
4.1.1.2	Visi & Misi Perusahaan.....	51
4.1.1.3	Transaksi pada Toko Online Shopee.....	51
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner .....	52
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	52
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif .....	53
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data.....	57

4.1.5.1	Uji Validitas Data .....	57
4.1.5.2	Uji Reabilitas .....	61
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
4.1.6.1	Uji Normalitas .....	63
4.1.6.2	Uji Heteroskedastisitas .....	66
4.1.6.3	Uji Multikolinearitas .....	67
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis .....	68
4.1.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.1.7.2	Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F) .....	69
4.1.7.3	Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t) .....	70
4.1.7.4	Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	71
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.2.1	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online	72
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online.....	73
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	73
4.2.4	Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online....	74
4.2.5	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online .....	75
4.2.6	Pengaruh Kepercayaan , Harga , Kualitas Pelayanan , Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>77</b>
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>83</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>165</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Review yang Tidak Bagus di <i>E-Commerce</i> Shopee.....	4
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1 Tampilan Aplikasi Shopee .....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	64
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	65
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas <i>Scatterplot</i> .....	66



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Peringkat Situs <i>E-Commerce</i> .....	2
Tabel 1.2 Daftar Harga Hardisk Eksternal Seagate BackUp Plus Ultra Slim 1TB 2.5" USB 3.0 + Pouch Dari Berbagai Situs <i>E-Commerce</i> .....	3
Tabel 2.3 Review Peneliti Terdahulu.....	32
Tabel 3.4 Data Jumlah Mahasiswa STMIK - STIE Mikroskil Stambuk 2016 - 201838	
Tabel 3.5 Skala <i>Likert</i> .....	40
Tabel 3.6 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.7 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	52
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	53
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif Kepercayaan .....	54
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskriptif Harga .....	54
Tabel 4.12 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	55
Tabel 4.13 Hasil Statistik Deskriptif Keamanan.....	56
Tabel 4.14 Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Risiko .....	56
Tabel 4.15 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) .....	58
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ ).....	58
Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ).....	59
Tabel 4.19 Uji Validitas Variabel Keamanan ( $X_4$ ) .....	59
Tabel 4.20 Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko ( $X_5$ ).....	60
Tabel 4.21 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	60
Tabel 4.22 Uji Realibilitas Variabel Kepercayaan.....	61
Tabel 4.23 Uji Realibilitas Variabel Harga.....	61
Tabel 4.24 Uji Realibilitas Variabel Keamanan .....	62
Tabel 4.25 Uji Realibilitas Variabel Persepsi Risiko.....	62
Tabel 4.26 Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.27 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov Test.....	65
Tabel 4.28 Hasil Uji Glejser .....	67
Tabel 4.29 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.30 Analisis Linier Berganda .....	68
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan ( Uji F ).....	69
Tabel 4.32 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial ( Uji t ) .....	70
Tabel 4.33 Tabel Koefisien Determinan .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN .....	83
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN .....	88
LAMPIRAN 3 UJI STATISTIK DESKRIPTIF .....	146
LAMPIRAN 4 HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS.....	148
LAMPIRAN 5 TABEL DISTRIBUSI T dan R .....	160
LAMPIRAN 6 TABEL DISTRIBUTIF .....	163



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL