



**PENGARUH PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT  
PEMBELIAN ULANG DENGAN DIMEDIASI OLEH  
KEPERCAYAAN *ONLINE* DAN PERSEPSI KEGUNAAN  
PADA TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**“Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen”**

**Disusun Oleh:**

**NOVAN YUNANDI SAPRIA**

**41216051**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**2020**



**PENGARUH PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT  
PEMBELIAN ULANG DENGAN DIMEDIASI OLEH  
KEPERCAYAAN *ONLINE* DAN PERSEPSI KEGUNAAN  
PADA TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**“Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen”**

**Disusun Oleh:**

**NOVAN YUNANDI SAPRIA**

**41216051**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "PENGARUH PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN *ONLINE* DAN PERSEPSI KEGUNAAN PADA TOKOPEDIA."

Oleh

Nama : **NOVAN YUNANDI SAPRIA**

Nim : **41216051**

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika Dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi Pada Tanggal **12** September 2020.

### DEWAN PENGUJI

**Nama Penguji**

**Ketua Tim Penguji / Pembimbing**

Dr. Sutarmin, S.Si., M.Si.

NIDN 0621097401

**TANDA TANGAN**



**Dosen Penelaah / Penguji I**

Dr. Kasdar Al Ade Saputra, MA

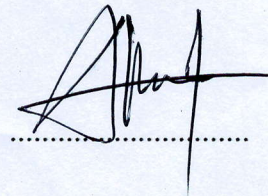
NIDN. 0405097406



**Dosen Penelaah / Penguji II**

Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M

NIDN. 0602028302



Diterima dan disahkan

Pada tanggal **23** September 2020

**Dekan**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M  
NIPY. 16.01.095

**Ketua**

Program Studi S1 Manajemen



Mukhroji, S.E., M.M  
NIPY. 16.02.120

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novan Yunandi Sapria

NIM : 41216051

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 12 September 2020  
Yang membuat pernyataan



Novan Yunandi Sapria  
NIM. 41216051

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya sehingga atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN *ONLINE* DAN PERSEPSI KEGUNAAN PADA TOKOPEDIA**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing peneliti, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Yahya A. Muhaimin, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Adi Susanto, S. E., M. M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Mukhroji, S. E., M. M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Peradaban.
4. Dr. Sutarmin, S. Si., M. Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi.
5. Orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa dan restunya serta semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Alloh SWT selalu mencurahkan Rahmat dan HidayahNya kepada kita sekeluarga.
6. Keluarga Besar, yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan dukungan baik moril maupun materil.

7. Seluruh dosen, staf dan karyawan Universitas Peradaban.
8. Rekan-rekan mahasiswa program studi Manajemen yang telah berjuang bersama-sama untuk dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Peradaban.
9. Teman-teman yang selalu sedia dan setia menjadi teman peneliti.

Kepada semua pihak yang telah membantu, semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah SWT sebagai amal ibadah. *Amin Yaa Rabbal 'Alamii.*

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, peneliti sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran dari pembaca. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya, terutama untuk peneliti sendiri.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Bumiayu, 24 Agustus 2020

Peneliti,

## ABSTRAK

Belanja *online* adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang atau jasa dari seseorang penjual melalui internet tanpa jasa perantara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi resiko terhadap minat pembelian ulang melalui kepercayaan *online* dan persepsi kegunaan pada TokoPedia. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan non *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dan uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan *online*, persepsi resiko berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, persepsi resiko dan kepercayaan *online* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, kepercayaan *online* memediasi persepsi resiko terhadap minat beli ulang, serta persepsi kegunaan tidak memediasi persepsi resiko terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: *persepsi resiko, persepsi kegunaan, kepercayaan online, minat beli ulang*

## **ABSTRACT**

*Online shopping is a form of electronic commerce that allows consumers to directly buy goods or services from a seller via the internet without intermediary services. This study aims to analyze the effect of perceived risk on repurchase interest through online trust and perceived usefulness at TokoPedia. This type of research is quantitative using a survey method. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method, and the number of samples used was 100 respondents. The analysis technique used multiple linear regression and multiple test. The results showed that the risk perception variable had a positive effect on online trust, perceived risk had a positive effect on perceived usefulness, perceived risk and online trust had a positive effect on repurchase interest, perceived usefulness had no effect on repurchase interest, online trust mediated risk perception on purchase intention, repurchase, and perceived usefulness does not mediate risk perceptions of repurchase intention.*

*Keywords: perceived risk, perceived usefulness, online trust, repurchase interest*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN COVER.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	
A. Telaah Pustaka.....	7
B. Perumusan Model Penelitian.....	12
BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	15
A. Metode Penelitian.....	15
B. Teknik Analisis Data .....	20

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	29
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	29
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	29
2. Gambaran Umum Responden .....	30
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	33
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reliabilitas .....	38
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
a. Uji Normalitas .....	39
b. Uji Multikolinearitas .....	40
c. Uji Heteroskedastisitas .....	41
4. Analisis Regresi Berganda .....	43
5. Uji Hipotesis .....	52
6. Koefisien Determinasi.....	53
7. Pembahasan.....	54
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pembelian <i>Online</i> Tahun 2018 .....	1
Tabel 2. <i>Reseach gap</i> .....	5
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 5. Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	32
Tabel 6. Jawaban Responden Untuk Variabel Persepsi Resiko (X1) .....	33
Tabel 7. Jawaban Responden Untuk Variabel Persepsi Kegunaan (Z1).....	34
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Kepercayaan Online (Z2) .....	35
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Minat Pembelian Ulang (Y).....	36
Tabel 10. Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorof-Smirnov</i> .....	40
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas .....	41
Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	42
Tabel 15. Hasil Uji Regresi Pertama.....	43
Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi Pertama .....	44
Tabel 17. Hasil Uji Regresi Kedua .....	45
Tabel 18. Hasil Koefisien Determinasi Kedua.....	45
Tabel 19. Hasil Uji Regresi Ketiga .....	46
Tabel 20. Hasil Koefisien Determinasi Ketiga .....	47
Tabel 21. Bahan Untuk Uji Sobel .....	49
Tabel 22. Koefisien Determinasi.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Indonesia Internet <i>Users</i> – Asosiasi Penyelenggara Jasa Indonesia (APJII) .....	3
Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i> .....	43
Gambar 3. Diagram Persamaan Regresi Pertama .....	44
Gambar 4. Diagram Persamaan Regresi Kedua .....	46
Gambar 5. Diagram Persamaan Regresi Ketiga .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	66
Lampiran 2. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Resiko.....	69
Lampiran 3. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan.....	70
Lampiran 4. Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Online .....	72
Lampiran 5. Analisis Deskriptif Variabel Minat Pembelian Ulang .....	74
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko .....	76
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan.....	77
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Online.....	78
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang .....	79
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Resiko .....	80
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kegunaan .....	81
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Online.....	82
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang.....	83
Lampiran 14. Hasil Uji Normalitas .....	84
Lampiran 15. Hasil Uji Multikolinearitas .....	85
Lampiran 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	86
Lampiran 17. Analisis Regresi Linier Pertama .....	87
Lampiran 18. Analisis Regresi Linier Kedua.....	88
Lampiran 19. Analisis Regresi Linier Ketiga .....	89
Lampiran 20. Data Tabulasi Kuesioner .....	90