

PENGARUH RISIKO DALAM BELANJA ONLINE

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



Disusun Oleh :

Nama : Katon Abi Karami

NIM : 1111001013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI dan ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2015

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Katon Abi Karami
NIM : 1111001013
Tanda Tangan :**

Tanggal : 20 Juni 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Katon Abi Karami
NIM : 1111001013
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Risiko dalam Belanja *online*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D

Penguji 1 : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.

Penguji 2 : Dr. Ir. B.P. Kusumo Bintoro, MBA

The image shows three handwritten signatures in black ink. The top signature is for the supervisor, Ir. Tri Wismiarsi. The middle signature is for the first examiner, Muchsin Saggaff Shihab. The bottom signature is for the second examiner, Dr. Ir. B.P. Kusumo Bintoro. Each signature is written over a dotted line that corresponds to the name of the person in the text to the left.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Juni 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, taufik, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul “**PENGARUH RISIKO DALAM BELANJA *ONLINE***”..

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak sekali masukan dan saran sehingga membantu dalam perbaikan skripsi ini;
3. Ayah dan Ibu dari penulis yang telah memberikan banyak bantuan baik dukungan material maupun dukungan moral;
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan proposal tugas akhir.
5. Grup Gengges (Rizkia Natasya, Nur Halimah, dan Arya Dikara) yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Anggi Audia yang merupakan sahabat, teman dan orang yang special yang turut membantu memerikan dukungan kepada penulis dalam melakukan penelitian.
7. Adityanata Nugraha selaku sahabat penulis yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir.
8. Sekar Dwi Asmoro dan Siti Andini selaku sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini, memberi dukungan doa dan semangat;
9. Teman-teman Universitas Bakrie khususnya mahasiswa manajemen Universitas Bakrie angkatan 2011 yang memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir ini.

10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan proposal tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan proposal tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang dapat membangun demi penyempurnaan proposal tugas akhir ini. Semoga segala bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait kedepannya.

Jakarta, 8 Juni 2016

Katon Abi Karami

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Katon Abi Karami
NIM : 1111001013
Program Studi : Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH RISIKO DALAM BELANJA *ONLINE*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Juni 2016

Yang Menyatakan

(Katon Abi Karami)

PENGARUH RISIKO DALAM BELANJA *ONLINE*

Katon Abi Karami¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh risiko dalam belanja *online*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan sudah berbelanja *online* minimal dua kali dalam satu tahun terakhir. Jumlah sampel adalah 250 orang yang diambil melalui teknik purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; 1). *Financial risk* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen 2). *Product risk*, *Time risk*, dan *Delivery risk* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen 3). *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi dari *perceived risk* di atas mempengaruhi niat konsumen dalam melakukan keputusan belanja *online*.

Kata kunci : *financial risk*, *product risk*, *time risk*, *delivery risk*, *perceived risk* dan Keputusan pembelian

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

EFFECT OF RISK ON ONLINE SHOPPING

Katon Abi Karami²

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of risks on online shopping. Both primary and secondary data were employed. Secondary data were gathered from various sources such as books, journals and other related publications. Primary were gathered by distributing questionnaire to the target respondents who stay in Jabodetabek and have already shopped online at least twice in the last one year. Using a purposive sampling technique, a total sample of 250 respondents was gathered. Multiple regression analysis was employed to determine the effect of risks as the independent variables and the online shopping as the dependent variable. The results of this study indicate that; 1) financial risk has negative on consumer decision. 2) Product risk, time risk, delivery risk has negative on consumer decision. 3) Perceived risk has negative on consumer decision. The result showed that dimension of perceived risk influenced online shopping.

Keywords: financial risk, product risk, time risk, delivery risk, perceived risk and purchase decision

² Student of Bakrie University, Management Major

Daftar isi

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,& HIPOTESIS.....	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1 Online shopping dan E-commerce	6
2.1.2 <i>Perceived Risk</i>	8
2.1.3 Minat beli dalam keputusan berbelanja	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	13
BAB III	16
METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sampel	16
3.2.1 Populasi	16
3.2.2 Sampel	17
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	17

3.3	Pengumpulan Data	17
3.3.1	Sumber Data	17
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	18
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukurannya	18
3.4.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	18
3.4.1	Variabel Penelitian.....	20
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	21
3.5.1	Uji Validitas.....	21
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	21
3.6	Uji Asumsi Klasik	21
3.6.1	Uji Normalitas	21
3.7	Analisis Regresi.....	22
BAB IV		23
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	23
4.1.1	Sejarah Belanja <i>online</i> di Indonesia	23
4.2	Karakteristik responden.....	24
4.3	Analisis Statistik.....	25
4.3.1	Uji Validitas & Uji Reliabilitas	25
4.4	Analisis Faktor	28
4.5	Uji Asumsi Klasik	30
4.5.1	Uji Normalitas	30
4.5.2	Uji Pearson Correlation	32
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda <i>Financial Risk, Product, Time, and Delivery Risk</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	33
4.7	Analisis Regresi Linier Sederhana <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	34
4.8	Pembahasan.....	34
BAB V		36
5.1	Kesimpulan.....	36
5.2	Keterbatasan Penelitian	36
5.3	Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....		38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 2.1 Jenis-jenis <i>E-commerce</i> Di Indonesia.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4.1 Hasil Uji P-Plot.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan Bisnis Waralaba di Indonesia.....	6
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	19
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	24
Tabel 4.2 Hasil uji validitas 30 responden variabel <i>perceived risk & purchase intention</i>	26
Tabel 4.3 Hasil uji validitas 250 responden variabel <i>perceived risk & purchase intention</i>	27
Tabel 4.4 Hasil Analisis faktor variabel <i>perceived risk</i>	29
Tabel 4.5 Hasil uji Kolmogorov-smirnov.....	31
Tabel 4.6 Uji Pearson Correlation.....	32
Tabel 4.7 Hasil Uji regresi linear <i>Financial risk, Other risk</i> terhadap <i>purchase intention</i>	34
Tabel 4.8 Hasil Uji regresi linear sederhana <i>perceived risk</i> terhadap <i>purchase intention</i>	35

Daftar Lampiran

Lampiran.....	xiii
---------------	------