

SKRIPSI

**PENGARUH *PRICE*, *TRUST* DAN *PERCEIVED OF RISK*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN
SHOPEE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK**



Diajukan oleh:

SILVI ARIFIANTI

NIM: 2019020005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH *PRICE*, *TRUST* DAN *PERCEIVED OF RISK*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN
SHOPEE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Gresik



Diajukan oleh:

SILVI ARIFANTI
NIM: 2019020005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PRICE*, *TRUST* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PADA
MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

SILVI ARIFIANTI
NIM: 2019020005

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada Tanggal 12 Juni 2023

Oleh:

Pembimbing I



(Mochamad Syafii, S.E, M.M.)
NIDN 0729018305

Pembimbing II



(Dini Kusumaningrum, S.Si, M.M.)
NIDN 0727078806

Ketua Program Studi Manajemen



(Umar Burhan, S.E.,M.M)
NIDN 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PRICE, TRUST DAN PERCEIVED OF RISK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PADA
MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK

SKRIPSI

Diajukan oleh :

SILVI ARIFIANTI
NIM: 2019020005

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi
sebagaimana disarankan oleh Tim Penguji
Pada Tanggal : 10 Juli 2023

Pembimbing



(Mochamad Syafii, S.E, M.M.)
NIDN 0729018305

Ketua Penguji



(Rachmad Ilham, S.Ant. M.PSDM,HC)
NIDN 0723079203

Anggota Penguji



(Adiba Fuad Syamlan, S.E.,M.M)
NIDN 0724058702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hj. Haryati Setyorini, S.E., M.M., M.B.A.)
NIDN. 0716066901

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silvi Arifianti
NIM : 2019020005
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1 (S-1)
Judul Skripsi : Pengaruh *Price, Trust* dan *Perceived of Risk* Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik, 21 Juni 2023

Yang Menyatakan


(SILVI ARIFIANTI)
NIM. 2019020005

**PENGARUH *PRICE*, *TRUST* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PADA
MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK**

Silvi Arifianti

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan membuktikan pengaruh *price*, *trust* dan *perceived of risk* terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Jumlah sampel yang diambil 137 responden dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk memperoleh data. Hasil dari penelitian ini adalah *price* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee, *trust* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee, *perceived of risk* berpengaruh negative terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee.

Kata kunci : *Price, trust, perceived of risk*, keputusan pembelian.

***THE INFLUENCE OF PRICE, TRUST AND PERCEIVED OF RISK ON
PURCHASE DECISIONS USING SHOPEE IN STUDENTS OF
MANAGEMENT PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS GRESIK
UNIVERSITY***

Silvi Arifianti

Management Study Program, Faculty of Economics, Gresik University

ABSTRACT

The research aims to examines and proves the influence of price, trust and perceived risk on purchasing decisions using Shopee for students of the Management Study Program, Faculty of Economics, Gresik University. This research uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis. Amount of sample taken 137 respondents and data collection is carried out by distributing questionnaires to obtain data. Results of this research is that price have a positive influence to the purchasing decisions using Shopee, trust have a positive influence to the purchasing decisions using Shopee, perceived risk have a negative influence to the purchasing decisions using Shopee.

Keywords: Price, trust, perceived risk, purchasing decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan bimbinganNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PRICE, TRUST DAN PERCEIVED OF RISK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK”** dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Bersamaan ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus kepada:

1. dr. Riski Dwi Prameswari, M.Kes. selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada peneliti untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Dr. Hj. Haryati Setyorini., S.E., M.M., M.B.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Umar Burhan, S.E, M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

4. Mochamad Syafii, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
5. Susan Novitasari Khadijah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
6. Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
7. Seluruh dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama mengikuti masa perkuliahan ini.
8. Seluruh Staff TU Fakultas Ekonomi yang telah membantu peneliti dalam memberikan segala informasi perkuliahan dan administrasi di Fakultas Ekonomi.
9. Seluruh rekan - rekan khususnya Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian skripsi, sehingga penelitian skripsi berjalan dengan lancar.

10. Ayah Urip Suhadi dan Mama Fauziyatun Ni'ma tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan serta doa restu kepada peneliti selama ini.
11. Alm. Bapak Mochammad Malik dan Emak Askinah orang tua kedua saya yang juga selalu memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan serta doa restu kepada peneliti selama ini.
12. Kepada Riza Umamah sahabat terbaik dari kecil yang selalu memberikan dukungan serta motivasi kepada peneliti, dan yang tidak pernah meninggalkan penulis bagaimanapun keadaan yang sedang terjadi.
13. Kepada Susan dan Erlina teman seperjuangan di kampus sekaligus sahabat yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar terselesaikannya penulisan skripsi ini.
14. Kepada semua pihak yang tidak bisa peneliti tuliskan satu persatu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti sadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi peneliti berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi Ekonomi.

Gresik, 10 Juli 2023

Peneliti,

Silvi Arifianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Teoritis / Akademis	11
1.5.2 Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 <i>Price</i> (Harga)	13
2.1.4 Macam – Macam Harga	14
2.1.5 Fungsi Harga	15

2.1.6 Faktor – Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga	16
2.1.7 Metode Penetapan Harga	18
2.1.8 Indikator Harga	20
2.1.9 <i>Trust</i> (Kepercayaan)	21
2.1.10 Jenis – Jenis Kepercayaan Konsumen	21
2.1.11 Aspek Kepercayaan Konsumen	22
2.1.12 Faktor – Faktor Pembentuk Kepercayaan	23
2.1.13 Indikator Kepercayaan Konsumen	24
2.1.14 <i>Perceived of Risk</i> (Persepsi Risiko)	25
2.1.15 Jenis – Jenis Persepsi Risiko	26
2.1.16 Dampak Persepsi Risiko yang Dirasakan Konsumen	27
2.1.17 Indikator Persepsi Risiko	28
2.1.18 Perilaku Konsumen	29
2.1.19 Keputusan Pembelian	32
2.1.20 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	32
2.1.21 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	37
2.1.22 Indikator Keputusan Pembelian	40
2.1.23 Hubungan Antar Teori	41
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Kerangka Konseptual	47
2.4 Hipotesis	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	50
3.2 Definisi Operasional Variabel	50
3.3 Indikator Variabel Penelitian	52
3.4 Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	53
3.4.1 Populasi Penelitian.....	53
3.4.2 Sampel Penelitian.....	54

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	55
3.5 Metode Pengumpulan Data	55
3.6 Metode Analisis Data	57

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	70
4.2 Waktu Penelitian	78
4.3 Hasil Penelitian	78
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	124

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	124
5.2 Keterbatasan Penelitian	125
5.3 Saran	125

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Shopee Menjadi E-commerce Pilihan Terbanyak Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1.2 Rating Aplikasi Marketplace di Playstore paling Populer	3
Gambar 1.3 Grafik Situs E-commerce dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia periode Agustus 2022	4
Gambar 2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	47
Gambar 3.1 Kurva Uji Normalitas	61
Gambar 3.2 Kurva Uji Heteroskedastisitas	62
Gambar 3.3 Kurva Uji Autokorelasi	64
Gambar 3.4 Kurva Uji Parsial (Uji t)	67
Gambar 3.5 Kurva Uji Simultan (Uji F)	68
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Universitas Gresik	73
Gambar 4.2 Grafik Komposisi Pembeli Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Gambar 4.3 Grafik Komposisi Pembeli Berdasarkan Tahun Angkatan ..	77
Gambar 4.4 Kurva Uji Normalitas	108
Gambar 4.5 Kurva Uji Heteroskedastisitas	109
Gambar 4.6 Kurva Uji Autokorelasi	111
Gambar 4.7 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Uji-t <i>Price</i> ...	117
Gambar 4.8 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Uji-t <i>Trust</i> ...	118
Gambar 4.9 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Uji-t <i>Perceived of Risk</i>	118
Gambar 4.10 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji F	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Survei yang Disebarkan Kepada Mahasiswa Manajemen Universitas Gresik.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian	52
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen	54
Tabel 3.3 Skala Likert	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	76
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif	78
Tabel 4.4 Hasil Analisa Korelasi	79
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan Harga	80
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	81
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Daya Saing Harga	82
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat	83
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Harga dapat Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan	84
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keamanan	85
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Privasi	87
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keandalan	88
Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Financial Risk</i>	89

Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Social Risk</i>	90
Tabel 4.15 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Performance Risk</i>	91
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Time and Convenience Risk</i>	92
Tabel 4.17 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Physical Risk</i>	93
Tabel 4.18 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Psychological Risk</i>	94
Tabel 4.19 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kemantapan Pada Sebuah Produk	95
Tabel 4.20 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kebiasaan Dalam Membeli Produk	96
Tabel 4.21 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain	97
Tabel 4.22 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Melakukan Pembelian Ulang	98
Tabel 4.23 Dasar Interpretasi Skor Rata - Rata	100
Tabel 4.24 Hasil Data Interval	101
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	102
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i>	103
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived of Risk</i>	104
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	105
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas	106
Tabel 4.30 Hasil Uji Normalitas	107
Tabel 4.31 Hasil Uji Heteroskedastisitas	108
Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinearitas	110
Tabel 4.33 Hasil Uji Autokorelasi	112
Tabel 4.34 Hasil Uji Linearitas <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	113

Tabel 4.35 Hasil Uji Linearitas <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	113
Tabel 4.36 Hasil Uji Linearitas <i>Perceived of Risk</i> Terhadap Keputusan Pembelian	114
Tabel 4.37 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	115
Tabel 4.38 Hasil Uji t	117
Tabel 4.39 Hasil Uji F	119
Tabel 4.40 Hasil Uji Analisa Determinasi (R^2)	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Instrumen Kuesioner
Lampiran 2	Data Responden Secara Umum
Lampiran 3	Tabulasi Data Responden
Lampiran 4	Tabulasi Data Penelitian
Lampiran 5	Hasil Pengolahan Data SPSS
Lampiran 6	Tabel r
Lampiran 7	Tabel DW
Lampiran 8	Tabel t
Lampiran 9	Tabel F
Lampiran 10	Kartu Bimbingan
Lampiran 11	Berita Acara Bimbingan
Lampiran 12	Cek Plagiasi Skripsi
Lampiran 11	Lembar Revisi Ujian Skripsi