

PENGARUH PERSEPSI RISIKO, MANFAAT, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT BELANJA *ONLINE* MELALUI
KEPERCAYAAN DAN SIKAP PADA KONSUMEN ZALORA DI
SURABAYA



OLEH:

CLAUDIA CINDY KARNADJAJA
3103013080

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

PENGARUH PERSEPSI RISIKO, MANFAAT, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT BELANJA *ONLINE* MELALUI
KEPERCAYAAN DAN SIKAP PADA KONSUMEN ZALORA DI
SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
CLAUDIA CINDY KARNADJAJA
3103013080

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

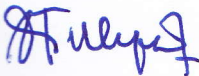
SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI RISIKO, MANFAAT, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT BELANJA *ONLINE* MELALUI
KEPERCAYAAN DAN SIKAP PADA KONSUMEN ZALORA DI
SURABAYA

Oleh:
CLAUDIA CINDY KARNADAJA
3103013080

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

NIK: 311.02.0543

Tanggal: 25/7/17

Dosen Pembimbing II,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.

NIK: 311.11.0678

Tanggal: 26/07/2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Claudia Cindy Karnadjaja, NRP 3103013080 telah diuji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

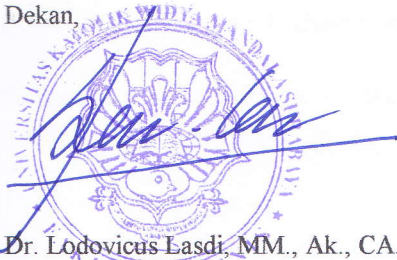
Ketua Tim Penguji



Diah Tulipa
.....
311.02.0543 .

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Claudia Cindy Karnadjaja

NRP : 3103013080

Judul Skripsi : Pengaruh persepsi risiko, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap minat belanja *online* melalui kepercayaan dan sikap pada konsumen Zalora di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Dengan demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Juli 2017

Yang menyatakan,



Claudia Cindy K.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Penulis sangat bersyukur karena telah mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik, dimana penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dr. Diah Tulipa, SE., MM. selaku dosen pembimbing I yang memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat bagi penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan selaku dosen pembimbing II yang juga memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat bagi penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
4. Kepada orang tua dan keluarga penulis yang sudah memberikan doa, dukungan, dan pengertian sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan membantu selama masa bimbingan hingga tugas akhir ini dapat selesai dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. •

Surabaya, 12 Juli 2017



Claudia Cindy Karnadjaja

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	
DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Skripsi	10
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	14
2.3. Hubungan Antar Variabel	25
2.4. Model Konseptual	31
2.5. Hipotesis	31

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian	33
3.3. Definisi Operasional Variabel	34
3.4. Jenis dan Sumber Data	36
3.5. Teknik Pengukuran Data	37
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.7. Alat dan Metode Pengumpulan Data	38
3.8. Teknik Analisis Data	39

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data	43
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.3. Analisis Data	51
4.4. Pembahasan	60

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA	69
----------------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar <i>E-Commerce Fashion</i> Terpopuler di Indonesia	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	13
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Model	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Produk	45
Tabel 4.5 Kriteria Variabel Penelitian	46
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	47
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	48
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of use</i>	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	49
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Attitude</i>	50
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Shopping Intention</i>	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Data secara Multivariat	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.15 Hasil <i>Construct Reliability</i> Antar Variabel	55
Tabel 4.16 Uji Kecocokan Model	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model TAM	15
Gambar 2.2 Model Konseptual	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Lampiran 4. Output Normalitas

Lampiran 5. Output SEM

Lampiran 6. *Path Diagram*

Lampiran 7. Perhitungan *Construct Reliability*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan dan sikap, serta pengaruh dari kepercayaan dan sikap terhadap minat belanja *online*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden yang pernah berbelanja secara *online* dan mengetahui *e-commerce* Zalora. Data diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner dan teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat dan keduanya berpengaruh positif terhadap sikap. Hasil yang lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap kepercayaan dan sikap. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan dan sikap berpengaruh positif terhadap minat belanja *online*.

Kata Kunci: persepsi risiko, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, sikap, minat belanja *online*

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the influence from perceived risk, perceived usefulness, and perceived ease of use toward trust and attitude, and the impact of trust and attitude toward online shopping intention. The sample in this research was taken to 150 respondents who have purchased online and know e-commerce Zalora. The data were collected using questionnaire method and the analysis technique in this research use structural equation model (SEM).

The result of this research shows that perceived ease of use has positive impact toward perceived usefulness and both of them have positive impact toward attitude. The other result of this research shows that perceived risk has negative effect toward trust and attitude. The result also shows that trust and attitude have positive impact toward online shopping intention.

Keywords: *Perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use, trust, attitude, online shopping intention.*