

**PENGARUH LINGKUNGAN TOKO ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN DAN
PERSEPSI RISIKO**

***THE INFLUENCE OF THE ONLINE STORE ENVIRONMENT ON
PURCHASING DECISIONS THAT ARE MEDIATED BY TRUST AND RISK
PERCEPTIONS***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

Anggita Istiana Nurafifah

20130410098

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Anggita Istiana Nurafifah

Nomor Mahasiswa : 20130410098

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH LINGKUNGAN TOKO ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Agustus 2017

Anggita Istiana Nurafifah

MOTTO

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila
engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras
(untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau
berharap.” (QS. Al-Insyirah: 6-8)*

*"Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu
gunakan untuk merubah dunia" (Nelson Mandela)*

*"Hai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu:
"Berlapang-lapanglah dalam majelis", maka lapangkanlah, niscaya
Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan:
"Berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan
orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi
ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui
apa yang kamu kerjakan." (QS. Al-Mujadalah: 11)*

*Learn From Yesterday, Live From Today, And Hope For Tomorrow
(Albert Einstein)*

PERSEMBAHAN

ANANDA PERSEMBAHKAN SKRIPSI INI KEPADA:

- ❖ Ayah dan Mamah tercinta, Ayah Mohammad Soleh dan Mamah Eviyani Yuliasuti. Terimakasih atas doa, perjuangan, nasihat, dukungan dan semangat kepada ananda
- ❖ Ibu kedua bagiku Mamak Hj. Titin Supriyatiningasih yang selalu mendoakan dan memberi dukungan
- ❖ Kakak-kakakku Ajeng Marifah, Fahrur Rachman, Tria Lesmana, Nurdiansyah, Wahyu Maharis, Tri Aprilia, Fajar Indra, Febryana Handoko, Luxmi Ilhami dan Bagus Liliek, terimakasih atas doa dan semangatnya
- ❖ Keponakan tersayang Alifya Sakhi, Nazwa Rumaisha, Alesha Yumna, dan Maryam yang selalu jadi *moodboster*
- ❖ Alfian Fajar Yuanda, terimakasih selalu menemani dan mendukung
- ❖ Keluarga besar H. M. Mochtar dan H. Achyar yang telah mendoakan serta menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Sahabat terbaik untuk berkeluh kesah, Fitri Bintang, Putri Oktaviani, Nindya Arta, Oktaviani Syarif, Fadia Qisthina, Dipadary Abiyudara, dan Gala Gaya
- ❖ Teman-teman seperjuangan Manajemen UMY 2013 kelas C, mas Danang, mas Khoiru, Dita, Erida, Ony, Intan, Sofie, Titin, Ecik, April, Hakul, dll
- ❖ Teman-teman KKN 074, Nindi, Ayu, Sandra, Ade, Sofie, Febrina, Epin, Irfan, Yudi, Riyan, Rao, Fabio, Zainal, Rizky.

DAFTAR ISI

COVER	i
JUDUL	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Lingkungan Toko	8
2. Kualitas Situs Web.....	9
3. Merek Situs Web.....	10
4. Kepercayaan.....	11
5. Persepsi Risiko	12
6. Keputusan Pembelian.....	13
B. Penurunan Hipotesis.....	14
1. Pengaruh Kualitas Situs Web terhadap Kepercayaan	14
2. Pengaruh Kualitas Situs Web terhadap Persepsi Risiko	15
3. Pengaruh Merek Situs Web terhadap Kepercayaan	16
4. Pengaruh Merek Situs Web terhadap Persepsi Risiko	16
5. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	17

6.	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian	18
C.	Model Penelitian.....	18
BAB III	20
METODE PENELITIAN	20
A.	Paradigma Penelitian	20
B.	Subjek dan Objek Penelitian	20
C.	Setting Penelitian.....	21
D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	21
E.	Metode Pengumpulan Data	22
F.	Identifikasi Variabel	22
G.	Definisi Operasional.....	23
1.	Kualitas Situs Web.....	23
2.	Merek Situs Web.....	24
3.	Kepercayaan.....	24
4.	Persepsi Risiko	25
5.	Keputusan Pembelian.....	26
H.	Uji Kualitas Instrumen	27
1.	Uji Validitas	27
2.	Uji Reliabilitas	27
I.	Analisis Data	29
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	33
1.	Gambaran Objek Penelitian	33
2.	Gambaran Subjek Penelitian	34
B.	Karakteristik Responden Penelitian	35
C.	Uji Statistik Deskriptif.....	36
D.	Uji Kualitas Instrumen	40
1.	Uji Validitas	40
2.	Uji Reliabilitas	41
E.	Hasil Penelitian.....	42
F.	Pengujian Hipotesis	50
G.	Uji Intervening/Efek Mediasi	53
H.	Pembahasan	54

BAB V.....	58
SIMPULAN DAN SARAN	58
A. Simpulan.....	58
B. Keterbatasan Penelitian	59
C. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	19
Gambar 4.1 Diagram Jalur	43
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Penelitian	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	35
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Situs Web.....	37
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Merek Situs Web.....	37
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	38
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Risiko.....	39
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan pembelian.....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Outliers</i>	47
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i>	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis	50
Tabel 4.13 <i>Standardized Indirect & Direct Effects</i>	53