

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN,  
KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PERUSAHAAN JASA BERBASIS *E-COMMERCE*  
(Studi Kasus Pada Pengguna Situs Traveloka)**

***ANALYSIS OF PRICE, EASY, SECURITY, AND TRUST PERCEPTION OF  
E-COMMERCE-BASED PURCHASING COMPANY DECISIONS***

**(Case Study of Traveloka Site Users)**

**SKRIPSI**

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



DISUSUN OLEH :

**Handayana**

**20150410039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Handayana

Nomor Mahasiswa : 20150410039

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUSAHAAN JASA BERBASIS E-COMMERCE (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SITUS TRAVELOKA)** 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 dikutip 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, 10 Januari 2019



Handayana

## MOTTO

“Dan berikan lah berita gembira bagi orang-orang yang sabar, (yaitu) orang-orang yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan sungguh kita semua ini milik

Allah, dan sungguh kepadanya lah kita kembali” .

-(QS. Al-baqarah:155-156)-

“ketika anda melihat seseorang yang telah diberikan kekayaan dan keindahan melebihi anda, lihatlah orang-orang yang masih mampu bersyukur meski dalam kekurangan.”

-(HR. Muslim)-

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

-(QS. Al-Baqoroh/2:216)-

“jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu” .

-(QS. Al Baqoroh/2:45

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, adalah kata yang sangat pantas diucapkan atas segala karunia Allah Subhana Wata'ala yang telah memberikan pertolongan dalam segala rintangan yang ada, sehingga sampai saat ini penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Keluarga tercinta dari penulis, yaitu Ayahanda Hana Mulyana, Ibunda Sri Bandiyah, dan kaka penulis Raden Nur Maya Fitri. Penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya karena atas segala do'a, dukungan, dan bimbingannya adalah semua ini dapat tercapai
2. Aulia Agnia, orang yang selalu setia dengan sabar memberikan semangat, dukungan, dan perhatian kepada penulis selama ini, sehingga memunculkan motivasi untuk diri pribadi penulis. Penulis juga ingin mengungkapkan rasa terimakasih atas segala do'a yang dipanjatkan selama ini yang turut menemani setiap langkah penulis.
3. Keluarga besar Markas Samping Kuburan (MSK) yang selalu memberikan dukungan disetiap saat, selalu memberikan bantuan dikala susah maupun senang, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya karena telah membimbing tak henti-hentinya samapai saat ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Perusahaan Jasa Berbasis *Ecommerce*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutan.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulisan menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas ilmu yang diberikan.
5. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Teman-teman jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2015 atas kebersamaannya, tetap semangat dan berjuang untuk meraih masa depan.
7. Teman-teman MSK Squad atas bimbingan, doa dan semangatnya kepada penulis.
8. Saudari Aulia Agnia atas dukungan dan semangatnya yang tidak surut sehingga memunculkan motivasi untuk diri penulis atas suportnya.
9. Semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta 10 Januari 2019

Handayana

## DAFTAR ISI

<b>ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUSAHAAN JASA BERBASIS <i>E-COMMERCE</i>.....</b>	<b>i</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>A. Landasan Teori.....</b>	<b>9</b>
1. Keputusan Pembelian.....	9
2. Persepsi Harga .....	11
3. Kemudahan .....	12
4. Keamanan .....	13
5. Kepercayaan.....	14
<b>B. Hasil Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>15</b>
<b>C. Penurunan Hipotesis .....</b>	<b>18</b>
<b>D. Model Penelitian.....</b>	<b>23</b>

<b>BAB III</b> .....	<b>25</b>
<b>A. Pendekatan Penelitian</b> .....	25
<b>B. Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	25
<b>C. Jenis Data</b> .....	26
<b>D. Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	26
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	28
<b>F. Definisi Operasional Variabel Penelitian</b> .....	28
<b>G. Uji Kualitas Instrumen</b> .....	31
<b>H. Analisis Data Dan Uji Hipotesis</b> .....	33
<b>BAB IV</b> .....	<b>37</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	37
<b>B. Karakteristik Responden dan Subjek Penelitian</b> .....	39
<b>C. Analisis Deskriptif</b> .....	41
<b>D. Hasil Pengujian Kualitas Instrumen</b> .....	46
<b>E. Hasil Analisis Data</b> .....	48
<b>F. Hasil Pengujian Hipotesis</b> .....	52
<b>G. Pembahasan</b> .....	55
<b>BAB V</b> .....	<b>60</b>
<b>A. Simpulan</b> .....	60
<b>B. Keterbatasan Penelitian</b> .....	60
<b>C. Saran</b> .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>64</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Skala likert .....	28
Tabel 3.2 Indikator variabel bebas .....	29
Tabel 3.3 Indikator variabel terikat .....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin .....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	40
Tabel 4.4 Kuantitas Pengalaman Menggunakan Situs Online Traveloka .....	41
Tabel 4.5 Kategori Batas Penilaian.....	42
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi .....	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan .....	44
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Keamanan .....	44
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	45
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
Tabel 4.14 Tabel Uji F .....	52

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Model Penelitian .....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 4.1 Model Penelitian .....</b>	<b>49</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	65
Lampiran 2 Data Hasil Responden.....	71
Lampiran 3 Karakteristik Resp[onden .....	77
Lampiran 4 Analisis Deskriptif.....	79
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	81
Lampiran 6 Analisis Data Dan Uji Hipotesis .....	88
Lampiran 7. Tabel t .....	90
Lampiran 8 Distribusi Nilai Rtabel Signifikansi 5% dan 1% .....	92