

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Lazada merupakan sebuah situs belanja *online* atau yang sering disebut dengan *online shop* yang menawarkan banyak barang seperti barang elektronik, pakaian, mainan anak-anak, alat perlengkapan motor, peralatan kecantikan/*make up* dan masih banyak lagi. Lazada.co.id atau Lazada Indonesia merupakan bagian dari Lazada Group yang menjadi tujuan belanja online di wilayah asia tenggara khususnya. Sejak diluncurkannya Lazada.co.id pada bulan maret 2012, Lazada.co.id memang sebagai andalan dalam dunia *e-commerce* di Indonesia. Ditunjang dengan fasilitas *multiple payment* termasuk *cash-on-delivery*, fasilitas yang merupakan dambaan masyarakat Indonesia yang masih ragu-ragu dalam pembelian *online*.

#### **B. Karakteristik Responden dan Subjek Penelitian**

Subjek penelitian pada penelitian ini yaitu mahasiswa yang sedang menempuh studi di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian atau bertransaksi di situs *online* Lazada.co.id. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan dua cara yaitu dengan membagikan kuesioner secara langsung ke mahasiswa dan dengan cara mengirim kuesioner *online* ke responden yang memenuhi kriteria responden yang diinginkan. Jumlah kuesioner yang terkumpul setelah penyebaran kuesioner adalah sebesar 100 kuesioner. Untuk mempermudah dalam

mengidentifikasi data responden, maka penulis melakukan pengelompokan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, universitas dan pernyataan pernah melakukan pembelian di Lazada.co.id

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	52	52%
2	Laki-laki	48	48%
	Total	100	100%

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.1. dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden laki-laki berjumlah 52 orang atau 52%, dan perempuan berjumlah 48 orang atau 48%.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-19 tahun	7	7%
2	20-22 tahun	90	90%
3	23-25 tahun	2	2%
4	25 tahun	1	1%
		100	100%

Sumber: Lampiran 3

Dari Tabel 4.2. dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia 17-19 tahun berjumlah 7 orang atau 7%, usia >20-22 tahun berjumlah 90 orang atau 90%, usia >23-25 tahun berjumlah 2 orang atau 2%, usia >25 tahun berjumlah 1 orang atau 1%.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas**

No	Universitas	Frekuensi	Persentase
1	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	20	20%
2	Universitas Ahmad Dahlan	20	20%
3	Universitas Islam Indonesia	10	10%
4	Universitas Negeri Yogyakarta	15	15%
5	Universitas Gajah Mada	5	5%
6	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	20	20%
7	Universitas Teknologi Yogyakarta	10	10%
	Total	100	100%

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.3. dapat dijelaskan karakteristik responden berdasarkan universitas, responden dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berjumlah 20 orang atau 20%, responden dari Universitas Ahmad Dahlan berjumlah 20 orang atau 20%, reponden dari Universitas Negeri Yogyakarta berjumlah 15 orang atau 15%, responden dari Universitas Gajah Mada berjumlah 5 orang atau 5%, responden dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta berjumlah 20 orang atau 20%, responden dari Universitas Teknologi Yogyakarta berjumlah 10 orang atau 10%.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pernyataan pernah atau tidak melakukan pembelian**

NO	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Pernah	100	100%
2	Tidak Pernah	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.4. dapat dijelaskan bahwa karakteristik pernyataan pernah atau tidak melakukan pembelian di lazada.co.id. 100 orang responden pernah melakukan pembelian atau 100%.

### C. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Berikut disajikan hasil pengujian validitas dan reliabilitas.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. **Apabila nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator < 0,05, maka dinyatakan valid (Ghozali, 2011).**

Hasil yang diperoleh dari pengujian kualitas instrumen dengan uji validitas dengan SPSS 21 pada tabel 4.5. berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Uji Validitas Instrumen Kepercayaan			
Variabel Kepercayaan	Batas Signifikansi	Sig	Keterangan
K1	<0,05	0,000	Valid
K2	<0,05	0,000	Valid
K3	<0,05	0,000	Valid
Uji Validitas Instrumen Keamanan			
Variabel Keamanan	Batas Signifikansi	Sig	Keterangan
KN1	<0,05	0,000	Valid
KN2	<0,05	0,000	Valid
KN3	<0,05	0,000	Valid
Uji Validitas Instrumen Persepsi Risiko			
Variabel Persepsi Risiko	Batas Signifikansi	Sig	Keterangan
PR1	<0,05	0,000	Valid
PR2	<0,05	0,000	Valid
PR3	<0,05	0,000	Valid
Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian			
Variabel Keputusan Pembelian	Batas Signifikansi	Sig	Keterangan
KP1	<0,05	0,000	Valid
KP2	<0,05	0,000	Valid
KP3	<0,05	0,000	Valid
KP4	<0,05	0,000	Valid
KP5	<0,05	0,000	Valid
KP6	<0,05	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 4

Dari tabel 4.5. menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh dari masing-masing butir pernyataan dari variabel yang meliputi kepercayaan, keamanan, persepsi resiko dan keputusan pembelian, variabel-variabel tersebut mempunyai nilai signifikansi 0,000 mengacu teori dari Ghozali (2011) menyatakan jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator <0,05, maka dinyatakan valid. Hal ini

berarti bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu (Hair dkk, 2010). Nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan handal atau dapat diterima apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,60$  (Hair dkk, 2010).

Uji reliabilitas yang diujikan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22. Untuk hasil reabilitas yang diuji dengan SPSS 22 disajikan pada tabel 4.6. berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepercayaan	3	0,711	Reliabel
Keamanan	3	0,848	Reliabel
Persepsi Risiko	3	0,807	Reliabel
Keputusan Pembelian	6	0,732	Reliabel

Sumber: Lampiran 5

Dari tabel 4.6. menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,6$ , maka dapat disimpulkan keseluruhan instrument yang dipakai dalam variabel bisa dikatakan handal atau reliabel. Dapat dijabarkan variabel kepercayaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,711 lebih besar dari 0,60. Variabel keamanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,848 lebih besar dari 0,60. Variabel persepsi

risiko memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,807 lebih besar dari 0,60 dan variabel keputusan pembelian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,732 lebih besar dari 0,06.

#### D. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis

##### 1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari variabel independen dan variabel dependen. Penilaian dari hasil rata-rata indikator dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 kategori. Berikut merupakan rumus untuk mengukur kategori tersebut:

$$\frac{Range}{Kategori} = \frac{Data\ Tertinggi - Data\ Terendah}{Kategori} = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka penilaian indikator di bagi ke dalam beberapa kategori. Berikut adalah tabel pembagian berdasarkan kategori:

**Tabel 4.7**  
**Kategori Penilaian**

<b>Kategori</b>	<b>Batas Penilaian</b>
Sangat Rendah	1-1,8
Rendah	1,8 - 2,6
Cukup	2,6 - 3,4
Tinggi	3,4 - 4,2
Sangat Tinggi	4,2 – 5

Berikut ini adalah tabel-tabel penyajian hasil analisis deskriptif:

**Tabel 4.8**  
**Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan**

<b>Statistik Deskriptif</b>					
	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan (K1)	100	2	5	4,36	0,595
Kepercayaan (K2)	100	4	5	4,71	0,456
Kepercayaan (K3)	100	3	5	4,58	0,535
VALID N	100			4,55	

Sumber : Lampiran 6

Pada tabel 4.8. dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel kepercayaan. Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai jumlah rata-rata sebesar 4,55 dengan skor minimum yaitu sebesar 2 sedangkan skor maksimum yaitu sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berada pada kategori sangat tinggi dengan rata-rata sebesar 4,55.

**Tabel 4.9**  
**Statistik Deskriptif Variabel Keamanan**

<b>Statistik Deskriptif</b>					
	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Keamanan 1	100	1	5	3,94	0,776
Keamanan 2	100	1	5	3,95	0,757
Keamanan 3	100	1	5	3,87	0,774
VALID N	100			3,92	

Sumber : Lampiran 6

Pada tabel 4.9. dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel keamanan. Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel keamanan mempunyai jumlah rata-rata sebesar 3,92 dengan skor minimum yaitu sebesar 1 sedangkan skor

maksimum yaitu sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan berada pada kategori tinggi dengan rata-rata sebesar 3,92.

**Tabel 4.10**  
**Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Risiko**

Statistik Deskriptif					
	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Persepsi risiko 1	100	1	5	3,45	0,783
Persepsi risiko 2	100	1	5	3,67	0,682
Persepsi risiko 3	100	1	5	3,36	0,759
VALID N	100			3,49	

Sumber : Lampiran 6

Pada tabel 4.10. dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel persepsi risiko. Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko mempunyai jumlah rata-rata sebesar 3,49 dengan skor minimum yaitu sebesar 1 sedangkan skor maksimum yaitu sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berada pada kategori tinggi dengan rata-rata sebesar 3,49.

**Tabel 4.11**  
**Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian**

Statistik Deskriptif					
	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Keputusan pembelian 1	100	1	5	3,97	0,758
Keputusan pembelian 2	100	1	5	4,23	0,763
Keputusan pembelian 3	100	2	5	4,14	0,725
Keputusan pembelian 4	100	3	5	4,20	0,620
Keputusan pembelian 5	100	2	5	3,81	0,775
Keputusan pembelian 6	100	1	5	3,60	0,791
VALID N	100			3,99	

Sumber : Lampiran 6

Pada tabel 4.11. dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel keputusan pembelian. Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian mempunyai jumlah rata-rata sebesar 3,99 dengan skor minimum yaitu sebesar 1 sedangkan skor maksimum yaitu sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian berada pada kategori tinggi dengan rata-rata sebesar 3,99.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian. Adapun variabel-variabel independen dalam penelitian ini diantaranya kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21. Hasil pengolahan data yang diperoleh dari uji hipotesis menggunakan SPSS 21:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Adj. R Square	Standard Coeff. Beta	Sig	Ket	F hitung	Sig.
Constant	0,452		0,000	Signifikan	28,180	0,000
Kepercayaan		0,007	0,925	Tidak Signifikan		
Keamanan		0,506	0,000	Signifikan		
Persepsi Risiko		0,278	0,002	Signifikan		

Dependen : Keputusan Pembelian
--------------------------------

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.12. hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,007X_1 + 0,506 X_2 + 0,278 X_3$$

Dari persamaan diatas, dapat diketahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, persamaan regresi akan dijelaskan dibawah ini:

- a. Koefisien kepercayaan (X1) = 0,007 dengan sig 0,925 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel kepercayaan dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik kepercayaan semakin tinggi pula keputusan pembelian.
- b. Koefisien keamanan (X2) = 0,506 dengan Sig 0,000 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel keamanan dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keamanan yang diberikan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen
- c. Koefisien persepsi risiko (X3) = 0,278 dengan Sig 0,002 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi risiko dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi risiko yang dihadapi maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen

### 3. Hasil Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2011). Kriteria penentuan uji F adalah tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai signifikansi  $F < \alpha 0,05$  maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen antara lain kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Berdasarkan Tabel 4.12. dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan f hitung sebesar 28,180, maka secara simultan variabel kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama (H1) didukung atau diterima.

### 4. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel independen (Ghozali, 2011). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi  $< \alpha 0,05$  dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Hipotesa dapat diterima apabila standar error lebih kecil dari 0,05 atau

5% dan hipotesa ditolak apabila standar error lebih besar dari 0,05 atau 5%.

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari tabel 4.12, variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,925 > 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,007. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel kepercayaan tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini tidak didukung atau ditolak.

b. Pengaruh Keamanan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4.12, variabel keamanan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,506. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sehingga hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini didukung atau diterima.

c. Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4.12, variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,278. Berdasarkan data yang diperoleh,

maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sehingga hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini didukung atau diterima.

#### **5. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variasi variabel independen mempengaruhi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai ( $R^2$ ) yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Data dalam Tabel 4.12. menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,452, ini berarti sebesar 45,2% variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Variabel kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 54,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### E. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis**

No	Hipotesis	Keterangan
1.	Kepercayaan, keamanan dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara <i>online</i> melalui situs Lazada.co.id	Diterima
2.	Kepercayaan tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara <i>online</i> melalui situs Lazada.co.id	Ditolak
3.	Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara <i>online</i> melalui situs Lazada.co.id	Diterima
4.	Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara <i>online</i> melalui situs Lazada.co.id.	Diterima

### F. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis yang diajukan akan dalam penelitian ini akan dibahas sebagai berikut:

#### 1. Kepercayaan, keamanan dan persepsi risiko secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui situs Lazada.co.id

Hipotesis pertama berbunyi : Diduga bahwa kepercayaan, keamanan dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui situs Lazada.co.id. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama

menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor kepercayaan, keamanan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kepercayaan, keamanan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novie Hera Anthasari, Erni Widiastuti (2016) yang menjelaskan bahwa kepercayaan, keamanan dan persepsi pada risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk secara *online*.

## **2. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian**

Hipotesis kedua berbunyi : Diduga bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui situs Lazada.co.id. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel kepercayaan tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Baskara, dkk (2014) yang menjelaskan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi belum tentu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di lazada.co.id, walaupun sudah percaya dan mengenal *online shop* atau dalam penelitian ini yaitu Lazada.co.id belum tentu konsumen membeli atau melakukan transaksi, hal ini bisa terjadi karena responden kurang mempertimbangkan kepercayaan dalam

menentukan keputusan pembelian akan tetapi responden lebih melihat kepada variasi atau pilihan produk yang ditawarkan di situs online tersebut.

### **3. Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian.**

Hipotesis ketiga berbunyi : Diduga bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui situs Lazada.co.id. Berdasarkan data yang diperoleh, variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian Novie Hera Anthasari, Erni Widiastuti (2016) yang menjelaskan bahwa keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui situs *online*. Keamanan merupakan hal utama yang diinginkan oleh konsumen dalam melakukan transaksi *online*. Toko online harus mempertahankan dan melakukan peningkatan keamanan yang dimilikinya dalam melindungi konsumen yang bertransaksi.

### **4. Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian**

Hipotesis keempat berbunyi : Diduga bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui situs Lazada.co.id. Berdasarkan data yang diperoleh, variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novie Hera Anthasari, Erni Widiastuti (2016) yang menjelaskan bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

keputusan pembelian melalui sistem *online*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko mempengaruhi keputusan pembelian karena persepsi risiko merupakan hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian online. Karena pembelian secara *online* mempunyai risiko-risiko yang akan dihadapi oleh konsumen yang melakukan pembelian. Semakin rendah tingkat persepsi risiko maka keputusan pembelian akan meningkat.