

**ANALISIS KEPELAYAAN KONSUMEN DAN RISIKO *E-COMMERCE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ELEKTRONIK  
(SURVEI PADA KOMUNITAS KASKUS REGIONAL SOLO)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

**ILHAM AKMAL DHIYA ULLAH**

**B 200 100 155**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGDI AKUNTANSI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS KEPECAPAAN KONSUMEN DAN RISIKO *E-COMMERCE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ELEKTRONIK  
(SURVEI PADA KOMUNITAS KASKUS REGIONAL SOLO)**

Yang ditulis oleh

**ILHAM AKMAL DHIYA ULLAH**

**B200 100 155**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2014

Pembimbing

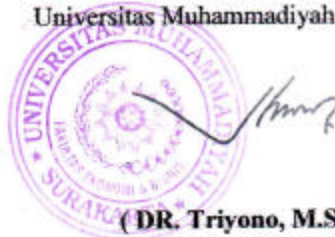


**(Drs. Yuli Tri Cahyono, SH, MM, AK)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(DR. Triyono, M.Si )**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **ILHAM AKMAL DHIYA ULLAH**  
NIM : **B 200 100 155**  
Jurusan : **AKUNTANSI**  
Judul : **ANALISIS KEPECAPAAN KONSUMEN DAN  
RISIKO *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ELEKTRONIK (SURVEI  
PADA KOMUNITAS KASKUS REGIONAL SOLO)**  
Skripsi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Maret 2014

Yang Membuat Pernyataan,

Ilham Akmal Dhiya Ullah

### **MOTTO**

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,  
maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan  
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain,  
dan hanya kepada Allah kamu berharap”

(QS. Al Insyirah : 6-8)

“Sekarang jadi penulis skripsi 5 tahun mendatang jadi penulis  
novel terkenal”

(Yeah Mahasiswa)

## PERSEMBAHAN

Setiap lembar dari goresan tinta ini merupakan wujud dari keagungan serta ridho dari Allah SWT kepada umatnya. Seiring rasa syukur kepada Allah SWT, dengan segala kerendahan hati kupersembahkan karya ini untuk:

1. Bapak dan Ibu yang selalu mengajari aku untuk mengetahui arti sebuah kehidupan, membantu untuk selalu mewujudkan cita-citaku, mencintai aku dengan tulus dan kasih sayang yang tak pernah lekang oleh waktu, yang telah memberikan segalanya buat aku yang tak mungkin dapat terbalas, semoga setiap doa Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan aku setiap hari dapat terwujud sebagai keberhasilan serta kebahagiaanku.
2. Kakak-kakakku yang senantiasa dengan tulus serta ikhlas memberikan nasihat dalam kehidupanku.
3. Sahabatsahabat terbaikku yang selalu memberikan dukungan penuh serta semangat tak pernah menyerah.
4. Almamaterku.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta karunia -Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“ANALISIS KEPECAYAAAN KONSUMEN DAN RISIKO *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ELEKTRONIK (SURVEI PADA KOMUNITAS KASKUS REGIONAL SOLO)”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Oleh karena itu dengan rasa tulus, ikhlas dan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Zulfikar, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. M. Abdul Aris, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan nasihat dalam pengambilan skripsi.

4. Bapak Drs. Yuli Tri Cahyono, SH, MM, AK selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta kebijaksanaan dari awal sampai akhir penulisan skripsi
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi yang telah memberikan bekal dengan berbagai ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis.
6. Kedua orang tua Bapak Kamali dan Ibu Siti Ruqoyah tercinta yang telah memberikan kasih sayang, merawat dan membesarkan penulis tanpa rasa letih, memberikan semangat serta selalu mendoakan penulis untuk selalu menjadi yang terbaik.
7. Kakak-kakakku tersayang yang selalu mendukung agar tak pernah putus asa dalam meraih cita-cita.
8. Sahabat-sahabat terbaik: Andi, Intan, Igna, Abdul, Guntur, Mariam, dan Vera yang telah menemani kuliah sejak mahasiswa baru sampai sekarang ini.
9. Terima kasih untuk Niken Rofiqoh yang terus menemaniku dalam mencari referensi dan hiburan.
10. Terima kasih untuk teman-temanku: Angga, Dina, Puguh, Nanda, Arifah, Meek, Meta, Lusia, mas Sol, Indah, Erma, Wulan, Doni, Udin, Adib, Saiful Ma'arif, Devi, Lisa, Astuti, Elis, Okta, Jono, Mul, Rizal, Tegar, Gendon, Anggit, Dika, Bambang, Darmo, Fajar, Kiclik, dan Erman.
11. Semua teman-teman kelas F angkatan 2010, terima kasih atas kebersamaannya menempuh pendidikan dikampus ini.
12. Rekan-rekan dan adik-adik TPA At-Taqwa Sumber yang telah memberikan doa dan semangat setiap sorenya.

13. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat kekurangan, maka penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Maret 2014

Penulis

Ilham Akmal Dhiya Ullah



## ABSTRAK

Proses pengambilan keputusan pembelian secara elektronik sangat berisiko bagi konsumen, oleh karena itu konsumen harus memperhatikan integritas penjual dan risiko-risiko yang akan ditanggung. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah kepercayaan konsumen dan risiko *e-commerce* mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian secara elektronik.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada komunitas Kaskus regional Solo. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara elektronik. (2) risiko *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara elektronik.

Kata kunci: *E-commerce, transaksi elektronik, kepercayaan konsumen, risiko e-commerce*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah . .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Internet .....	7
1. Pengertian dan Sejarah Internet .....	7
2. Manfaat Internet .....	8
B. <i>Elektronic Commerce</i> .....	9

1. Pengertian <i>E-commerce</i> .....	9
2. Ruang Lingkup .....	10
3. Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> .....	12
C. Penelitian Terdahulu .....	14
D. Kerangka Pemikiran .....	16
E. Hipotesis Penelitian .....	16
1. Kepercayaan Konsumen .....	16
2. Risiko <i>E-commerce</i> .....	17

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	18
B. Populasi dan Sampel .....	18
1. Populasi .....	18
2. Sampel .....	18
3. Jenis Data dan Sumber Data .....	19
4. Metode Pengumpulan Data .....	19
C. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian .....	20
1. Variabel Independen .....	20
a. Kepercayaan Konsumen (X1) .....	20
b. Risiko <i>E-commerce</i> (X2) .....	20
2. Variabel Dependen .....	21
D. Metode Analisis Data .....	21
1. Uji Asumsi Klasik .....	21
a. Uji Normalitas .....	21

b. Uji Heteroskedastisitas .....	22
c. Uji Multikolinearitas .....	22
2. Uji Hipotesis .....	22
3. Pengujian Hipotesis .....	23
a. Uji Ketepatan Model (Uji F) .....	23
b. Uji Signifikansi (Uji t) .....	24
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	24
4. Uji Kualitas Data .....	25
a. Uji Validitas .....	25
b. Uji Reliabilitas .....	25

#### **BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Statistik Deskriptif .....	27
B. Analisis Data .....	28
1. Jenis Kelamin .....	28
2. Usia .....	28
3. Pendidikan Terakhir .....	29
4. Pekerjaan ... ..	30
5. Situs <i>E-commerce</i> Tempat Membeli Barang .....	31
6. Metode Pembayaran .....	31
7. Produk/Jasa yang Dibeli .....	32
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	33
1. Uji Validitas .....	33
2. Uji Reliabilitas .....	35

D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	36
1. Uji Normalitas .....	36
2. Uji Multikolinearitas .....	36
3. Uji Heterokedastisitas .....	37
E. Pengujian Hipotesis .....	37
a. Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
b. Uji F .....	39
c. Uji t .....	39
d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	40
F. Pembahasan .....	40
1. Kepercayaan Konsumen Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Elektronik .....	40
2. Risiko <i>E-commerce</i> Berpengaruh Negatif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Elektronik .....	41

## **BAB V. PENUTUP**

A. Simpulan .....	43
B. Keterbatasan Penelitian .....	43
C. Saran .....	44

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran .....	16

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Hasil Pengambilan Sampel.....	27
Tabel IV.2 Hasil Jenis Kelamin Responden .....	28
Tabel IV.3 Hasil Usia Responden .....	29
Tabel IV.4 Hasil Pendidikan Terakhir Responden .....	30
Tabel IV.5 Hasil Jenis Pekerjaan Responden .....	30
Tabel IV.6 Hasil Situs <i>E-commerce</i> .....	31
Tabel IV.7 Hasil Metode Pembayaran .....	32
Tabel IV.8 Hasil Produk/Jasa Yang Dibeli .....	32
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen .....	33
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Variabel Risiko <i>E-commerce</i> .....	34
Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Secara Elektronik .....	35
Tabel IV.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	35
Tabel IV.13 Hasil Uji Normalitas .....	36
Tabel IV. 14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	37
Tabel IV.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	37
Tabel IV.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
Tabel IV.17 Hasil Uji t .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tanggapan Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen
- Lampiran 4 Uji Validitas Variabel Risiko *E-commerce*
- Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Secara Elektronik
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Normalitas
- Lampiran 8 Uji Multikolinearitas Dan Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda