

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN PERSEPSI
RISIKO KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK
FASHION DI TOKO *ONLINE* ZALORA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh :

Florecia Irena Santosa

NPM: 170323833

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 827/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Selasa, 3 Agustus 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Dr. J. Ellyawati, MM. (Ketua Penguji)
2. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. (Anggota)
3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Florencia Irena Santosa

NPM : 170323833

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Florencia Irena Santosa telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

SKRIPSI

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN PERSEPSI
RISIKO KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK
FASHION DI TOKO *ONLINE* ZALORA**



Disusun oleh:

Florecia Irena Santosa

NPM: 17 03 23833

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,

Dr. J. Ellyawati, MM.

Tanggal 15 Juli 2021

Skripsi

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN PERSEPSI
RISIKO KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK
FASHION DI TOKO *ONLINE* ZALORA**

Florecia Irena Santosa

NPM: 17 03 23833

Telah dipertahankan di depan panitia penguji

pada tanggal 03 Agustus 2021

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi
Manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Penguji

Anggota Panitia Penguji

Dr. J. Ellyawati, MM.

Dr. C. Handoyo W., MM., CSA

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 03 Agustus 2021

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN PERSEPSI RISIKO KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TOKO *ONLINE* ZALORA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik kutipan langsung maupun tak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 02 Juli 2021

Yang menyatakan,



Florencia Irena Santosa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia berkat dan rahmat-Nya untuk senantiasa membimbing, memberikan petunjuk, serta menyertai selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar serta tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademis yang harus diajukan guna menyelesaikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

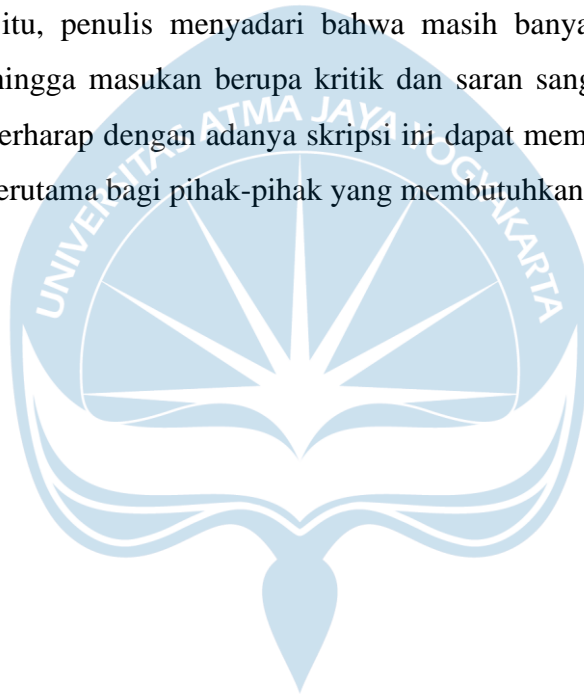
Penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu tentu tidak terlepas dari adanya bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan segala karunia berkat dan rahmat-Nya selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, arahan, dan bantuan secara penuh selama penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik dan tepat waktu.
3. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama menjadi mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan yang luar biasa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.
5. Saudara-saudara tercinta yang telah memberikan semangat dan kasih sayang dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat tercinta Agnes Nathalia, Florencya Velika, Brigitta Sekar, Vega Selvi, Fiona Euginia, Angelina Synthia, Alisia Ira, Theresia Rohani, Liana Christiani, Vania Athalia, Jesieca Alvianita, Sheniah Yonanda, dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu terimakasih atas dukungan berupa

semangat dan motivasi yang diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2017 terima kasih atas pertemuan dan ceritanya selama ini. Semoga kita semua dapat sukses di kemudian hari.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu memberikan dukungan yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.

Selain itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, sehingga masukan berupa kritik dan saran sangat diharapkan. Akhir kata, penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat membawa manfaat kepada semua pihak, terutama bagi pihak-pihak yang membutuhkan.



Yogyakarta, 02 Juli 2021

Penulis

Florencia Irena Santosa

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

FALL SEVEN TIMES, STAND UP EIGHT

~ Japanese Proverb



WORK HARD IN SILENCE, LET YOUR SUCCESS BE
YOUR NOISE

~ Frank Ocean

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Semua orang yang menyayangi dan mengasihiku

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
SUSUNAN PANITIA PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pengalaman Pembelian <i>Online</i>	12
2.2 Persepsi Risiko	13
2.3 <i>E-commerce</i>	18
2.4 Pengertian Perilaku Konsumen	22
2.5 Niat Pembelian	30
2.6. Penelitian Terdahulu.....	35
2.7. Hipotesis Penelitian	42
2.8 Kerangka Teoritis	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Jenis dan Waktu Penelitian.....	49
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	49
3.3 Populasi, Sampel, dan Jumlah Sampel	50
3.4 Definisi Operasional, Indikator, dan Pengukuran	52
3.5 Metode Pengumpulan Data	57
3.6 Metode Pengukuran Data	58
3.7 Prosedur Penelitian	59
3.8 Metode Pengujian Instrumen.....	60
3.9 Metode Analisis Data	64
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1. Analisis Deskriptif Statistik.....	68
4.2. Penilaian Responden Pada Variabel Penelitian.....	71
4.3. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	78
4.4. Pembahasan	90
BAB V PENUTUP.....	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Implikasi Manajerial.....	95
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu 36
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 53
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas..... 61
Tabel 3. 3	Hasil Uji Reliabilitas 63
Tabel 4. 1	Profil Responden Penelitian..... 69
Tabel 4. 2	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Pengalaman Belanja <i>Online</i> 72
Tabel 4. 3	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Risiko Produk 73
Tabel 4. 4	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Risiko Keuangan... 74
Tabel 4. 5	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Risiko Privasi..... 75
Tabel 4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Pembelian <i>Online</i> 77
Tabel 4. 7	<i>Outer Loading (Measurement Model)</i> 79
Tabel 4. 8	<i>Cross Loading</i> 81
Tabel 4. 9	<i>Construct Reliability & Validity</i> 83
Tabel 4. 10	Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i> 84
Tabel 4. 11	<i>Path Coefficient</i> 86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Penetrasi dan Pengguna Internet	2
Gambar 1. 2 Tempat Konsumen Membeli Secara <i>Online</i>	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	48
Gambar 4. 1 Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner Penelitian
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Deskriptif Statistik
Lampiran	V	Analisis Deskriptif
Lampiran	VI	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R 5%



**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN PERSEPSI
RISIKO KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK
FASHION DI TOKO *ONLINE* ZALORA**

Disusun oleh:

Florencia Irena Santosa

NPM: 170323833

Dosen Pembimbing:

Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Kesuksesan suatu toko *online* tidak terlepas dari keberhasilan toko *online* tersebut dalam menarik niat beli konsumennya. Salah satunya yaitu dengan memahami perilaku belanja konsumennya, seperti pengalaman belanja *online*, dan persepsi risiko yang dapat dialami konsumen ketika ingin berbelanja melalui toko *online*.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji: 1) Pengaruh risiko produk, risiko keuangan, risiko privasi terhadap niat pembelian, dan 2) Pengaruh pengalaman belanja *online* terhadap risiko produk, risiko keuangan, risiko privasi, dan niat pembelian. Responden dalam penelitian ini adalah 200 orang yang memiliki pengalaman belanja *online* di ZALORA. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Risiko produk, risiko keuangan, dan risiko privasi memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap niat pembelian *online*, dan 2) Pengalaman belanja *online* memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap risiko produk, risiko keuangan, risiko privasi, dan pengalaman belanja *online* memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian *online*.

Kata kunci: Pengalaman Belanja *Online*, Risiko Produk, Risiko Keuangan, Risiko Privasi, Dan Niat Beli.