

**PENGARUH *TRUST*, *QUALITY OF INFORMATION* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DI APLIKASI SHOPEE  
(Studi Pada *MFI Shop*)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh:

**ARINAL HAQ ZAKIYAT**

NIM. 171110002097

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA  
JEPARA  
2021**

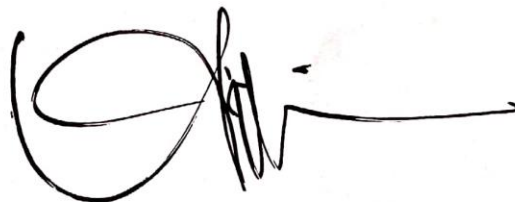
## HALAMAN PERSETUJUAN

### **PENGARUH *TRUST*, *QUALITY OF INFORMATION* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DI APLIKASI SHOPEE (Studi Pada *MFI Shop*)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan  
Tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama Mahasiswa : ARINAL HAQ ZAKIYAT  
NIM. : 171110002097  
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing



(Nurul Komariyatin, S.E., M. Si)  
NIY. 170101597013  
Tanggal. 23 Maret 2021

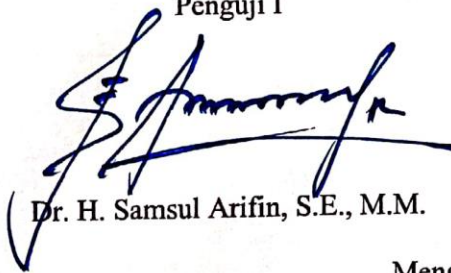
## HALAMAN PENGESAHAN

### **PENGARUH *TRUST, QUALITY OF INFORMATION* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DI APLIKASI SHOPEE (Studi Pada MFI Shop)**

Nama Mahasiswa : ARINAL HAQ ZAKIYAT  
NIM. : 171110002097  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara  
Pada hari Senin tanggal 24 Mei 2021

Penguji I



Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.

Penguji II



H. Mush Imron, S.E., M.M.

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara (Unisnu) Jepara



(M. Ch. Imron S.E., M.M.)  
NIM. 165080297011

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto:**

“Jangan mengejar mati-matian sesuatu yang tidak bisa dibawa mati”. (Emha Ainun Najib)

### **Persembahan:**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah rabbi’alamin dan dengan segala kerendahan hati karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT. Yang telah mempermudah segala urusan saya.
2. Ayah saya, H. Jayadi
3. Teruntuk perempuan yang cukup satu untuk selamanya dan hanya tersentuh dalam jarak doa, ibu saya Hj. Noor Aliyah (Alm.)
4. Kedua adik saya, Sandy Aditya Rahman dan Intan Najwa Aprilia
5. Satu satunya istri saya, Chilma Zufriya
6. Segenap dosen dan Guru yang telah mendidik saya
7. Teman teman UNISNU FM
8. Untuk teman-temanku angkatan 2017 Program Studi Manajemen UNISNU Jepara.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini (1) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *trust* terhadap keputusan pembelian di Aplikasi Shopee. (2) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Quality of Information* terhadap *purchase decision* di Aplikasi Shopee. (3) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *perceived of risk* terhadap *purchase decision* di Aplikasi Shopee. (4) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *trust*, *Quality of Information* dan *perceived of risk* secara bersama-sama terhadap *purchase decision* di Aplikasi Shopee.

Pendekatan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, yang berlandaskan pada falsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dimana. Subjek Penelitian ini adalah pelanggan MFI Shop yang berjumlah 98 responden.

Hasil Penelitian ini adalah bahwa: (1) Secara parsial *trust* berpengaruh tidak signifikan terhadap *purchase decision*, secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan beberapa indikator masih mendapatkan nilai rendah yaitu indikator perhatian dan keterusterangan yang akan diberikan MFI SHOP terhadap konsumen mengalami ketidakpuasan sehingga terjadi pembatalan sepihak (2) Secara parsial *quality of information* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*, secara keseluruhan berada pada kategori baik. Namun, masih terdapat beberapa responden yang memberikan penilaian tidak baik. Seperti informasi yang disediakan MFI Shop dianggap kurang tepat waktu atau *up to date*, maupun kurang lengkap serta kurang mendetail. (3) Secara parsial *Perceived of Risk* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*, secara keseluruhan berada pada kategori baik. Namun, resiko produk selanjutnya resiko transaksi masih banyak pelanggan MFI SHOP yang memberikan penilaian kurang. (4) Secara simultan *trust*, *quality of information* dan *Perceived of Risk* berpengaruh positif signifikan, hal ini dapat di lihat dari nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $22,475 > 2,70$ ) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf signifikansinya ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata kunci:** *trust, quality of information, perceived of risk, keputusan pembelian*

## ABSTRACT

The purpose of this study (1) To analyze and test the effect of trust on purchasing decisions in the Shopee application. (2) To analyze and test the influence of Quality of Information on purchasing decisions in the Shopee Application. (3) To analyze and test the effect of perceived risk on purchasing decisions in the Shopee application. (4) To analyze and test the effect of trust, Quality of Information and perceived of risk together on purchasing decisions on the Shopee Application.

The research approach uses quantitative research, data collection using research instruments, quantitative data analysis, which is based on the philosophy of positivism, is used to examine the population with the aim of testing the hypothesis that has been determined where. The subjects of this study were 98 MFI Shop customers.

The results of this study are that: (1) Partially, trust has no significant effect on purchasing decisions, as a whole it is in the high category. This is evidenced by several indicators that still get low scores, namely indicators of attention and candor that MFI SHOP will give to consumers experiencing dissatisfaction resulting in unilateral cancellation (2) Partially, the quality of information has a significant effect on purchasing decisions, overall is in the good category. However, there were still some respondents who gave bad ratings. For example, the information provided by MFI SHOP is deemed not timely or up to date, or incomplete and incomplete and inadequate in detail. (3) Partially Perceived of Risk has a significant effect on purchasing decisions, as a whole it is in the good category. However, there are still many MFI SHOP customers who give the product risk in the next transaction risk. (4) Simultaneously trust, quality of information and Perceived of Risk have a significant positive effect, this can be seen from the value of  $F_{count} > F_{table}$  ( $22.475 > 2.70$ ) and the significance value is smaller than the significance level ( $0.000 < 0.05$ )

***keyword: trust, quality of information, perceived of risk, keputusan pembelian***

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 Jurusan Manajemen merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul "**PENGARUH *TRUST*, *QUALITY OF INFORMATION* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DI APLIKASI SHOPEE (Studi Pada MFI Shop)**"
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari Ibu: Nurul Komariyatin, S.E., M. Si

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 23 Maret 2021



**INAL HAQ ZAKIYAT**  
NIM.171110002097

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *TRUST, QUALITY OF INFORMATION* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DI APLIKASI SHOPEE (Studi Pada *MFI Shop*)”** dapat berjalan lancar dan terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi sebagian dari syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi manajemen UNISNU Jepara.

Dalam penulisan ini penulis banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Sa'dullah Assa'idi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. H. Much Imron, SE, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. A. Khoirul Anam S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.




4. Nurul Komariyatin, S.E., M. Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memeriksa, mengoreksi, mengarahkan serta membimbing dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen atas ilmu yang telah diberikan kepada penyusun selama mengikuti studi di UNISNU Jepara.
6. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penelitian ini, yang tidak dapat penulis cantumkan dan sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan pengorbanan yang telah diberikan pada penyusun dapat dicatat sebagai amal kebajikan sehingga mendapat imbalan pahala dari Allah SWT. Akhir kata penulis berharap semoga penulisan penelitian ini dapat bermanfaat.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh***

Jepara, Maret 2021

  
ARINAL HAQ ZAKIYAT  
NIM.171110002097

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. <i>eCommerce</i> .....	13
2.1.2. <i>Purchase Decision</i> .....	14
2.1.3. <i>Trust</i> .....	19
2.1.4. <i>Quality of Information</i> .....	21
2.1.5. <i>Perceived of Risk</i> .....	23
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT).....	30

2.4. Perumusan Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	36
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	37
3.2.1. Variabel Penelitian .....	37
3.2.2. Definisi Operasional .....	37
3.3. Data dan Sumber Data .....	39
3.3.1. Data .....	39
3.3.2. Sumber Data .....	39
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.4.1. Populasi .....	39
3.4.2. Sampel .....	40
3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	41
3.5.1. Kuesioner .....	41
3.5.2. Observasi .....	42
3.6. Metode Pengolahan Data .....	43
3.6.1. Uji Validitas .....	44
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	44
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	45
3.7. Analisis Data .....	47
3.7.1. Analisis Regresi .....	47
3.7.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	47
3.7.3. Uji Parsial (Uji t) .....	48
3.1.1. Uji Koefisien Determinasi .....	49

3.7.3. Uji Parsial (Uji t).....**Error! Bookmark not defined.**

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	50
4.1. <b>Gambaran Umum Obyek Penelitian</b> .....	50
4.2. <b>Deskripsi Responden</b> .....	50
4.2.1. <b>Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	50
4.2.2. <b>Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden</b> .....	51
4.2.3. <b>Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Responden</b> ..	51
4.2.4. <b>Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Responden</b>	52
4.3. <b>Analisis Deskriptif</b> .....	52
4.3.1. <b>Variabel <i>Trust</i></b> .....	53
4.3.2. <b>Variabel <i>Quality of Information</i></b> .....	54
4.3.3. <b>Variabel <i>Perceived of Risk</i></b> .....	56
4.3.4. <b>Variabel <i>Purchase Decision</i></b> .....	57
4.4. <b>Analisis Uji Data</b> .....	58
4.4.1. <b>Uji Validitas</b> .....	58
4.4.2. <b>Uji Reliabilitas</b> .....	59
4.5. <b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	60
4.5.1. <b>Uji Normalitas</b> .....	60
4.5.2. <b>Uji Multikolinearitas</b> .....	61
4.5.3. <b>Uji Heteroskedastisitas</b> .....	62
4.5.4. <b>Uji Autokorelasi</b> .....	63
4.5.5. <b>Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	64
4.5.6. <b>Uji Simultan (Uji F)</b> .....	66
4.5.7. <b>Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)</b> .....	68
4.5.8. <b>Koefisien Determinasi</b> .....	70
4.6. <b>Pembahasan</b> .....	71

4.5.4. Uji Autokorelasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.6. Uji Simultan (Uji F) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.7. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.8. Koefisien Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6. Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.1. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	71
4.6.2. Pengaruh <i>Quality of Information</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	72
4.6.3. Pengaruh <i>Perceived of Risk</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> ...	73
BAB V PENUTUP .....	75
5.1. Kesimpulan .....	75
5.2. Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78

---

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Tingkat Kunjungan 2020 Kuartal 2 .....	6
1.2. <i>Research Gap</i> terhadap keputusan pembelian.....	8
2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	24
3.1. Definisi operasional .....	37
4.1. Jenis Kelamin Responden .....	50
4.2. Usia Responden .....	51
4.3. Pendidikan Responden .....	51
4.4. Penghasilan Responden .....	52
4.5. Tabel kategori penilaian responden.....	53
4.6. Tanggapan responden mengenai <i>trust</i> .....	53
4.7. Tanggapan responden mengenai <i>quality of information</i> .....	54
4.8. Tanggapan responden mengenai <i>Perceived of risk</i> .....	55
4.9. Tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian .....	56
4.10. Hasil Uji Validitas Instrumen .....	58
4.11. Nilai Cronbach Alpha dan Tiap Variabel .....	59
4.12. Tabel Multikolonieritas .....	61
4.13. Autokorelasi .....	63
4.14. Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
4.15. Tabel Hasil Uji F .....	66
4.16. Tabel Hasil Uji t .....	67
4.17. Tabel Koefisien Determinasi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Proses Keputusan Pembelian.....	15
2.2. Kerangka Pemikiran .....	30
3.1 Grafik Nilai Kritis Distribusi F.....	48
3.2. Grafik Nilai Kritis Distribusi t.....	49
4.1. Uji Normalitas .....	60
4.2. Gambar Heteroskedastisitas .....	62
4.3 Uji F.....	66
4.4. Hasil Uji t <i>trust</i> .....	68
4.5. Hasil Uji t <i>quality of informastion</i> .....	68
4.6. Hasil Uji t <i>perceived of risk</i> .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian dari UNISNU

Lampiran 2 Surat Penelitian dari Instansi

Lampiran 3 Lembar Kuesioner

Lampiran 4 Hasil Kuesioner

Lampiran 5 Analisis SPSS variabel *trust*

Lampiran 6 Analisis SPSS variabel *quality of risk*

Lampiran 7 Analisis SPSS variabel *perceived of risk*

Lampiran 8 Analisis SPSS variabel *purchase decision*

Lampiran 9 Analisis Regresi Linier



