

**PENGARUH PERSEPSI RESIKO DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP NIAT BELI PADA KONSUMEN YANG
BERBELANJA *ONLINE* PADA BUKALAPAK
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI



Oleh :

NUR RAHMAH HASANAH
1710011211094

Dosen Pembimbing : Dahliana Kamener, BS., MBA

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen*

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

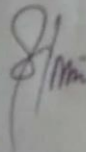
Dengan ini pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Nur Rahma Hasanah
NPM : 1710011211094
Program Studi : Strata I (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Resiko Dan Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli pada Konsumen yang berbelanja *online* pada Bukalapak Di kota Padang.

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan Kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada tanggal 16 Agustus 2021.

Disetujui oleh,

Pembimbing Skripsi



Dahliana Kamener BS, MBA

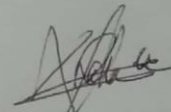
PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang 19 Agustus 2021



Nur Rahmah Hasanah

THE EFFECT OF RISK PERCEPTION AND CONSUMER ATTITUDE ON PURCHASE INTENTION ON CONSUMERS WHO SHOPPING ONLINE AT BUKALAPAK IN PADANG CITY

NurRahmahHasanah¹, DahlianaKamener²

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

Email: nurahmahhasanah37@gmail.com¹, dahlianakamener@bunghatta.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of risk perceptions and consumer attitudes on purchase intentions on consumers who shop online at Bukalapak in Padang City. The population is all consumers who intend to shop online at Bukalapak in the city of Padang whose number is not known with certainty with a total sample of 138 consumers. The sampling technique used was purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis

The results of this study found that the perception of risk has a negative and significant effect on purchase intention of consumers who shop online at Bukalapak in the city of Padang. Then consumer attitudes have a positive and significant effect on purchase intentions of consumers who shop online at Bukalapak in the city of Padang.

Keywords: Risk Perception, Consumer Attitude, Purchase Intention

PENGARUH PERSEPSI RESIKO DAN SIKAP KONSUMENTERHADAP NIAT BELIPADA KONSUMEN YANG BERBELANJA *ONLINE* PADA BUKALAPAKDI KOTA PADANG

NurRahmahHasanah, DahlianaKamener

JurusanManajemen, FakultasEkonomidanBisnisUniversitas Bung Hatta

Email: nurahmahasanah37@gmail.com¹ dahlianakamener@bunghatta.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi resiko dan sikap konsumenterhadap niat belipada konsumen yang berbelanja *online* pada Bukalapak di Kota Padang. Populasi adalah semua konsumen yang berniatberbelanja online pada Bukalapakdi kota Padang yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya dengan jumlah sampel sebanyak 138 orang konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat belipada konsumen yang berbelanja online pada Bukalapakdi kota Padang. Kemudian sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat belipada konsumen yang berbelanja online pada Bukalapakdi kota Padang.

Kata Kunci : Persepsi Resiko, Sikap Konsumen, Niat Beli.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	8
1.3	Tujuan Penelitian.....	8
1.4	Manfaat Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	<i>Niat beli</i>	10
2.1.1	Pengertian Niat Beli	10
2.1.2	Faktor yang Membentuk Niat Beli.....	11
2.1.3	Tahapan Dalam Menumbuhkan Niat Beli	12
2.2	Sikap Konsumen.....	13
2.2.1	Pengertian Sikap Konsumen	13
2.2.2	Fungsi Sikap Konsumen	15
2.2.3	Model Struktural Sikap Konsumen	16
2.2.4	Tingkatan Sikap Konsumen	17
2.3	Persepsi Resiko	18
2.3.1	Pengertian Persepsi Resiko.....	18
2.3.2	Dimensi Persepsi Resiko	20
2.4	Tinjauan Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis Penelitian	21
2.4.1	Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online pada Bukalapak Di Kota Padang.....	21

2.4.2	Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Bukalapak Di Kota Padang.....	22
2.5	Kerangka Konseptual.....	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	25
3.2	Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1	Populasi	25
3.2.2	Sampel.....	25
3.2.3	Metode Pengambilan Sampel	26
3.3	Jenis Data dan Sumber Data	27
3.3.1	Jenis Data.....	27
3.3.2	Sumber Data	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.6	Skala Pengukuran Variabel.....	29
3.7	Teknik Analisa Data	30
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	31
3.7.3	Analisa Deskriptif	32
3.7.4	Analisa Regresi Linear Berganda	33
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	34
3.7.6	Uji Hipotesis	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden.....	36
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.2.1	Uji Validitas	40
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	43
4.3	Uji Asumsi Klasik	44

4.3.1	Uji Normalitas.....	44
4.3.2	Uji Multikolinearitas	45
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	46
4.4	Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.7	Hasil Uji Hipotesis Uji T-tes Statistik	53
4.8	Pembahasan.....	55
4.8.1	Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli	55
4.8.2	Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli	56
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	58
5.3	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persaingan Pengunjung Toko Online (E-Commerce) Di Indonesia Berdasarkan Rata-Rata Pengunjung Website Di Setiap Kuartal Periode Kuartal 1-4 Tahun 2020 dan Kuartal 1 Tahun 2021 (orang).....	4
Tabel 1.2	Penilaian Persepsi Resiko Bagi Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Bukalapak Di Kota Padang	5
Tabel 1.3	Penilaian Sikap Bagi Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Bukalapak Di Kota Padang	6
Tabel 4.1	konsumen mengetahui e-commerce (toko online) Bukalapak dan berniat berbelanja online pada Bukalapak n = 138	36
Tabel 4.2	Jenis Produk Yang Berniat Akan Dibeli Pada Bukalapak	37
Tabel 4.3	Deskripsi Karakteristik Responden (n = 138)	38
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Persepsi Resiko	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Niat Beli.....	43
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	44
Tabel 4.8	Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov– Smirnov</i>	44
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Resiko.....	47
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Konsumen.....	48
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Variabel Niat Beli	50
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Untuk Uji Koefisien Determinasi (R Square)	53
Tabel 4.15	Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji t).....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Keluhan Konsumen Dalam Berbelanja Online Di Bukalapak	3
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1	Uji Heteroskedastisitas.....	46