

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, RISIKO YANG  
DIRASAKAN TERHADAP MINAT BELI TOKO ONLINE  
(STUDY PADA KONSUMEN GENERASI MILENIAL)**

**SKRIPSI**



Oleh:

**NAZICHATUL UMMAH NIM : 1631102**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2020**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal peneliti dengan judul Pengaruh kemudahan, kepercayaan, risiko yang dirasakan terhadap minat beli toko online (study pada konsumen generasi milenial). Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi kita Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat dan umatnya yang senantiasa istiqomah di jalan kebenaran.

Proposal ini di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dalam menyelesaikan proposal penelitian ini peneliti mendapat banyak bantuan baik berupa materi maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, MS. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, SE.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani, SE., M.SM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Sukaris SE., M.S.M selaku Dosen Pembimbing yang telaten memberikan bimbingan, saran, dan motivasi selama penyusunan proposal ini.

5. Dosen-dosen S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah memberikan bekal ilmu dan atas segala bantuan yang telah diberikan.
6. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan doa restu, nasehat, dorongan semangat sehingga dapat tercapainya Proposal penelitian ini.
7. Sahabat-sahabat mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2016 yang telah memberikan dukungan atas terselesainya proposal penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan proposal penelitian ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu dengan kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Gresik, 15 Juli 2020

Peneliti

Nazichatul Ummah, 16311102, **Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Risiko Yang di Rasakan Terhadap Minat Beli Toko Online (Studi Pada Konsumen Generasi Milenial)**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli, 2020

### Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya pengaruh kemudahan, kepercayaan, risiko yang di rasakan terhadap minat beli toko online (Studi Pada Konsumen Generasi Milenial). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah konsumen generasi milenial yang melakukan pembelian secara online, dengan jumlah sampel 100. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian terhadap variabel kemudahan ( $X_1$ ) dapat diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan. Variabel kepercayaan ( $X_2$ ) dapat diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,008 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan. Variabel Risiko yang di Rasakan ( $X_3$ ) dapat diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,009 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel Risiko yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci : Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko yang di Rasakan Terhadap Minat Beli Online.

Nazichatul Ummah, 16311102, *the influence of ease, trust, the risk that is felt towards buying interest Online stores (study on the consumer millennials)*, Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, July, 2020

*Abstract*

This research aims to analyse the magnitude of the influence of ease, trust, the risk felt against the interest in buying online stores (study on the millennials consumer). This study uses a quantitative approach the subject of this research is the generation of consumers who make online purchases, with a sample amount of 100. Data analysis techniques are used using multiple linear regression analyses. The test result on the amenity variable (X1) can be obtained a significant value of  $0.000 < 0.05$ . Then H0 rejected and H1 accepted, thereby statistical calculation results show that the trust variables are positive and significant. A trust variable (X2) can be obtained a significant value of  $0.008 < 0.05$ . Then H0 rejected and H1 accepted, thereby statistical calculation results show that the trust variable is affected positively and significantly. The Felt Risiko variable (X3) can be obtained a significant value of  $0.009 < 0.05$ . Then H0 rejected and H1 accepted, thereby statistical calculation results show that the perceived variable risk is positive and significant.

*Keywords: ease, trust, and the feeling of risk to Online buying interest.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTARCT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	16
2.2.1.1 Indikator Kemudahan Pnggunaan .....	17
2.2.1.2 Presepsi Kemudahan.....	18
2.2.1.3 Dimensi Kemudahan .....	18
2.2.2 Kepercayaan .....	19
2.2.2.1 Faktor Yang Membentuk Kepercayaan .....	20
2.2.3 Risiko Yang Dirasakan .....	21
2.2.3.1 Tipe- Tipe Risiko yang Dirasakan.....	22
2.2.3.2 Presepsi Mengenai Berbagai Risiko.....	22
2.2.3.3 Cara Konsumen Menangani Risiko .....	23
2.2.4 Minat Beli .....	25
2.2.4.1 Pengertian Minat Beli .....	25
2.2.4.2 Aspek Minat Beli.....	26
2.2.4.3 Indikator Minat Beli.....	26
2.2.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	27
2.3 Hubungan Variabel.....	29
2.3.1 Hubungan Kemudahan Terhadap Minat Beli.....	29
2.3.2 Hubungan Kepercayaan Terhadap Minat Beli....	30
2.3.3 Hubungan Risiko Terhadap Minat Beli.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
2.5 Kerangka konseptual .....	32

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	34
3.2 Lokasi Penelitian .....	34
3.3 Populasi dan sampel .....	34
3.3.1 Populasi .....	34
3.3.2 Sampel .....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6 Identifikasi Variabel .....	36
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	37
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.9 Teknik Analisis Data .....	39
3.9.1 Uji Instrumen .....	39
3.9.1.1 Uji Validitas .....	39
3.9.1.2 Uji Reabilitas .....	40
3.9.2 Uji Asumsi klasik .....	41
3.9.2.1 Uji Normalitas .....	41
3.9.2.2 Uji Multikolinearitas .....	41
3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.9.3 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
3.9.5 Uji Hipotesis .....	43
3.9.5.1 Uji t .....	43

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI**

4.1 Sejarah Kecamatan Bungah Gresik .....	45
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	46
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	46
4.3.1 Karakteristik Responden .....	45
4.3.2 Deskripsi Responden .....	46
4.4 Tanggapan Responden .....	48
4.4.1 Variabel Kemudahan .....	48
4.4.2 Variabel kepercayaan .....	49
4.4.3 Variabel Risiko .....	51
4.4.4 Variabel Minat Beli .....	52
4.5 Uji Instrumen .....	53
4.5.1 Uji Validitas .....	53
4.5.2 Uji Reabilitas .....	54
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	55
4.6.1 Uji Normalitas .....	55
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	56
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.7 Analisis Data .....	58
4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
4.8 Koefisien Determinasi .....	59

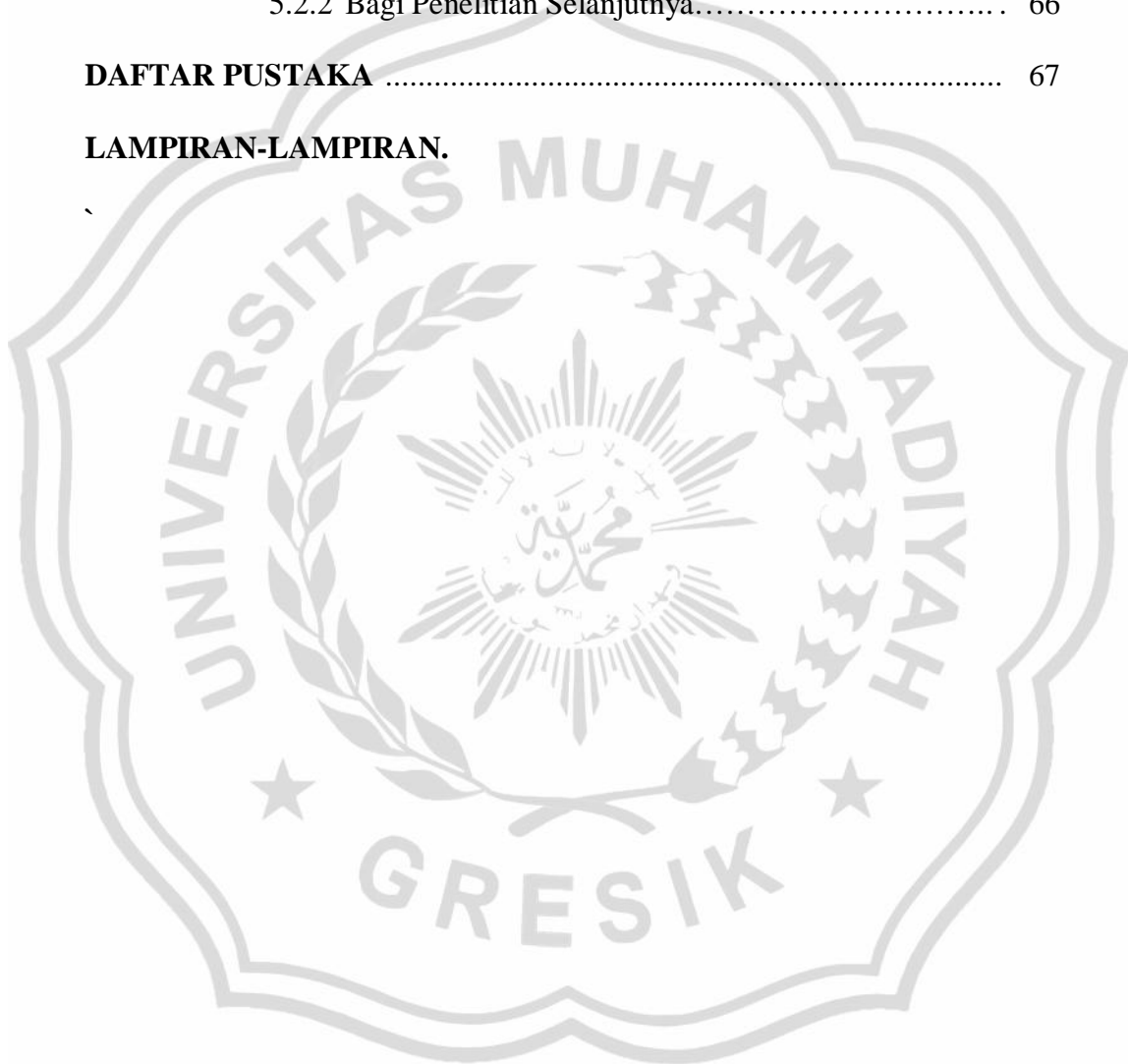
4.9 Uji Hipotesis .....	60
4.10 Interpretasi Hasil .....	62
4.10.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Beli .....	62
4.10.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli .....	63
4.10.3 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Beli .....	64

**BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Rekomendasi .....	65
5.2.1 Bagi Aspek Manajerial .....	65
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	66

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	67
-----------------------------	----

**LAMPIRAN-LAMPIRAN.**





## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2.1</b> : Penelitian Terdahulu.....	15
<b>Tabel 3.1</b> : Penelitian Responden.....	39
<b>Tabel 4.1</b> : Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuisisioner.....	46
<b>Tabel 4.2</b> : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
<b>Tabel 4.3</b> : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
<b>Tabel 4.4</b> : Tanggapan Responden.....	48
<b>Tabel 4.5</b> : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kemudahan.....	49
<b>Tabel 4.6</b> : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kepercayaan.....	50
<b>Tabel 4.7</b> : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Risiko.....	51
<b>Tabel 4.8</b> : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Minat Beli.....	52
<b>Tabel 4.9</b> : Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	54
<b>Tabel 4.10</b> : Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	55
<b>Tabel 4.11</b> : Hasil Uji Normalitas.....	56
<b>Tabel 4.12</b> : Hasil Uji Multikolineatitas.....	57
<b>Tabel 4.13</b> : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	58
<b>Tabel 4.14</b> : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
<b>Tabel 4.15</b> : Hasil Dari Koefisien Determinasi.....	60
<b>Tabel 4.16</b> : Uji t.....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> : Data pengguna internet Tahun 2018 .....	1
<b>Gambar 1.2</b> : Persaingan Toko Online Indonesia Tahun 2018-2019.....	4
<b>Gambar 1.3</b> : Preferensi belanja online menurut generasi. ....	5
<b>Gambar 2.5</b> : Kerangka Konseptual.....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Rekap Tanggapan Responden
- Lampiran 4 Hasil Output SPSS
- Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 6 Tabel r
- Lampiran 7 Tabel t
- Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiat
- Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan Skripsi

