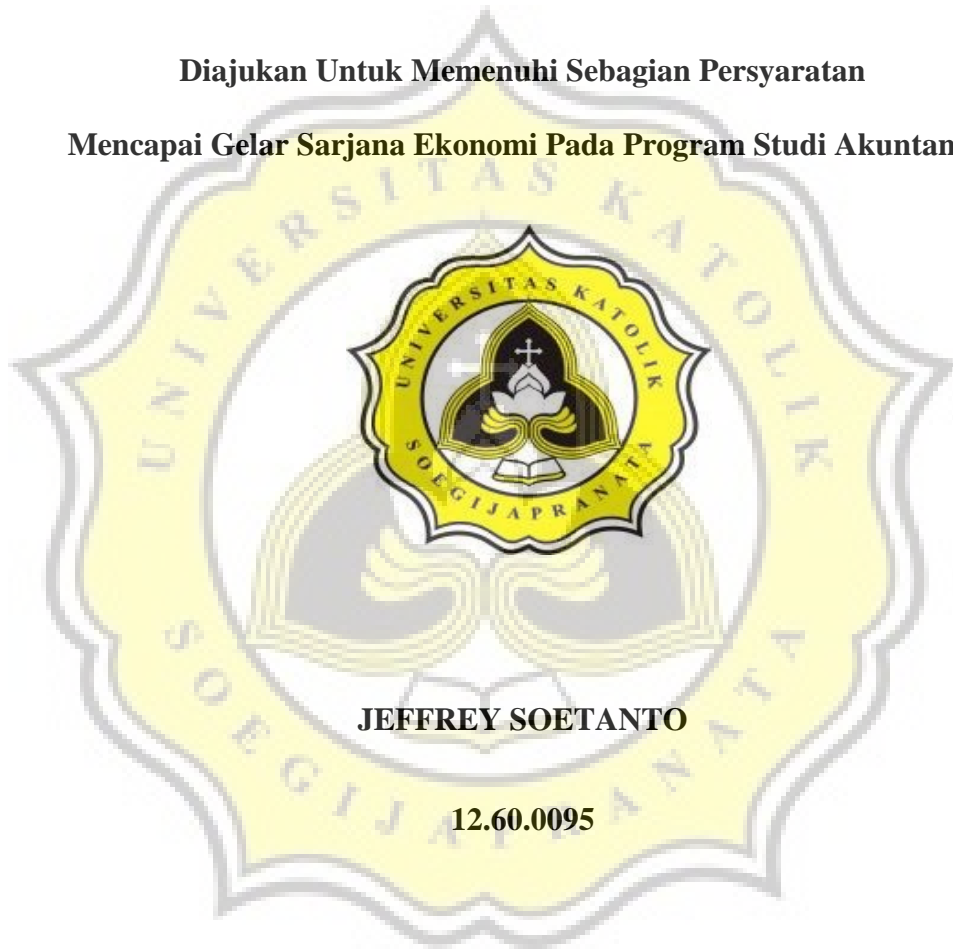


**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI *SITUS JEJARING SOSIAL* di SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Akuntansi**



**JEFFREY SOETANTO**

**12.60.0095**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

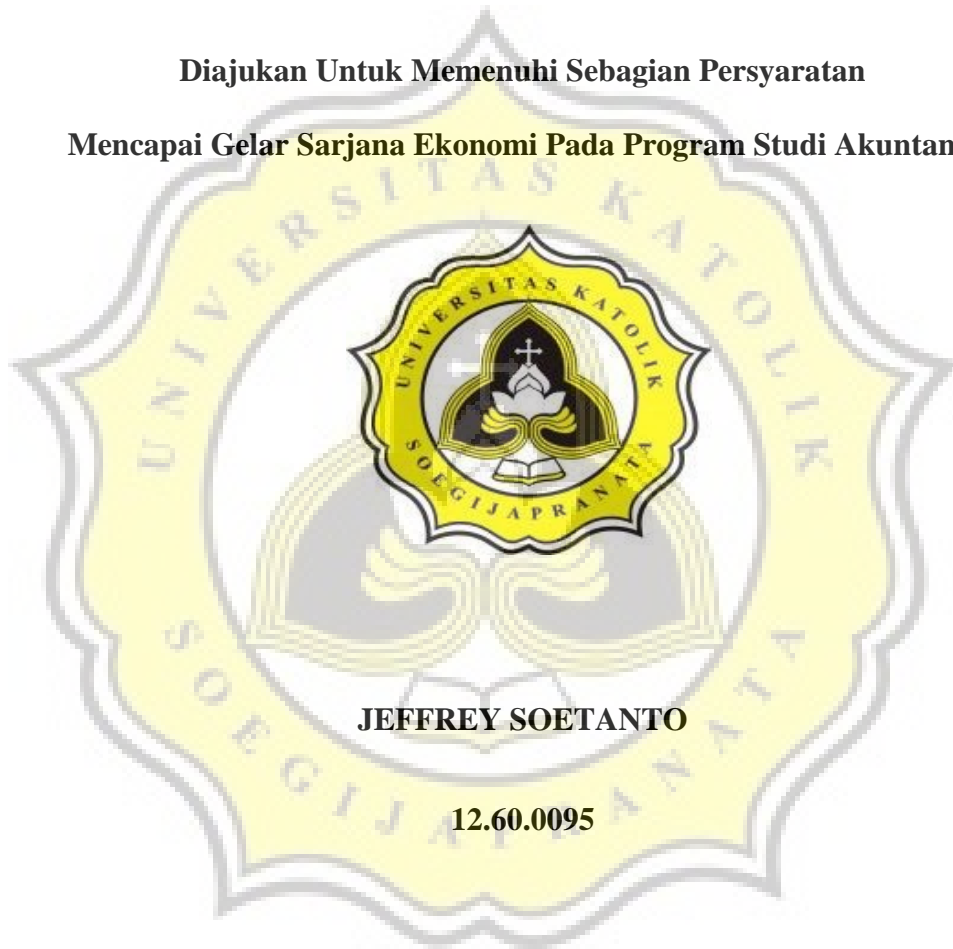
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2017**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI *SITUS JEJARING SOSIAL* di SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Akuntansi**



**JEFFREY SOETANTO**

**12.60.0095**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2017**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI *SITUS JEJARING SOSIAL* DI SEMARANG**

Oleh :

**JEFFREY SOETANTO**

**12.60.0095**

**Disetujui dan Diterima Baik Oleh Pembimbing**

**Semarang, Desember 2016**

**Pembimbing,**

**(Drs. H. Hudi Prawoto, MM, Akt)**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul :

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI *SITUS JEJARING SOSIAL* DI SEMARANG

Disusun Oleh :

Nama : JEFFREY SOETANTO

NIM : 12.60.0095

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal: Desember 2016

Tim Penguji,

Penguji 1,

Penguji 2,

Penguji 3,

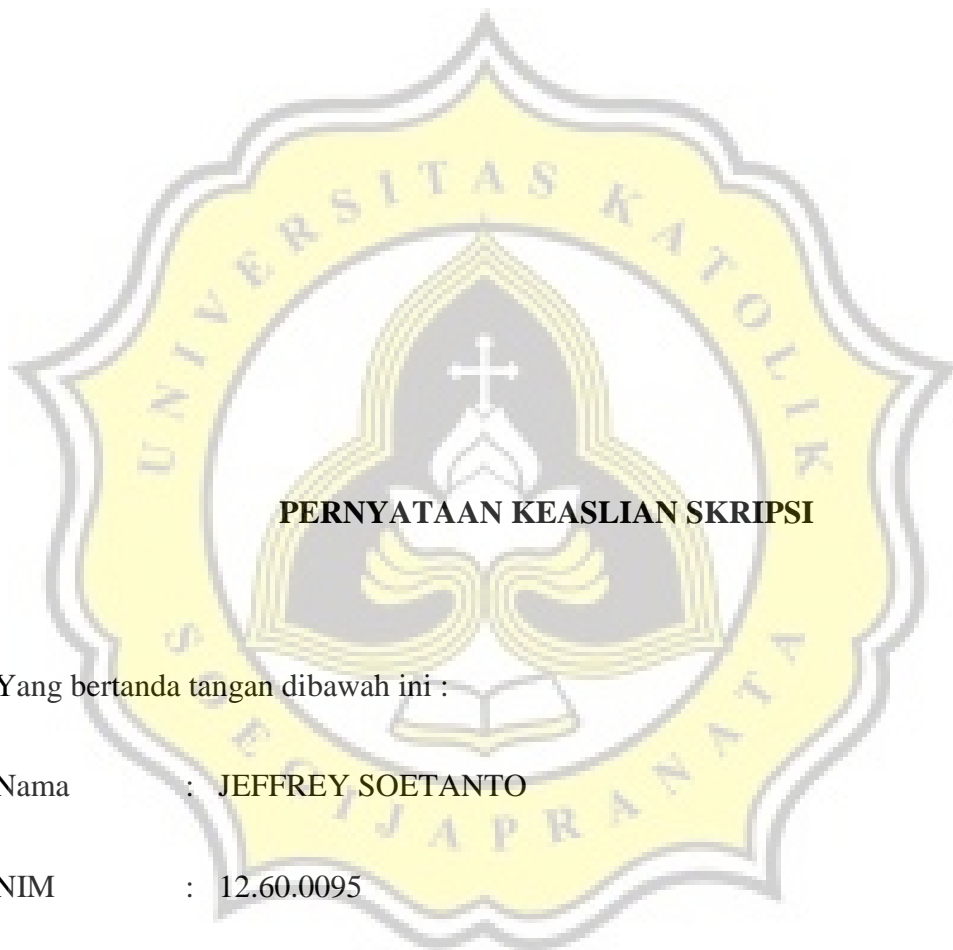
(DR. AA. CHRISMASTUTI, SE, MSI, AKT.)

(G. FREDDY KOESWOYO, SE, MSI.)

(DRS. HUDI PRAWOTO, MM, AKT.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

(Sentot Suciarto A., Ph. D.)



**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : JEFFREY SOETANTO

NIM : 12.60.0095

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS**

*JEJARING SOSIALDI SEMARANG* adalah hasil karya sendiri. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah-olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 7 Maret 2017



(JEFFREY SOETANTO)

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**MOTTO:**

“Kerjakanlah, Wujudkanlah, Raihlah cita-citamu dengan memulainya dari bekerja, bukan hanya menjadi beban didalam impianmu”

“Ketika anda tidak pernah melakukan kesalahan, itu berarti anda tidak pernah berani untuk mencoba”

Skripsi penulis dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua dan sanak keluarga
2. Bapak Drs.Hudi Prawoto,MM.,Akt
3. Teman – teman

### **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugrah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL** di SEMARANG Skripsi yang telah penulis susun ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai derajat Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi, jurusan akuntansi, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dengan adanya bantuan dari beberapa pihak terkait, skripsi ini dapat tersusun dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidak lupa pula penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah

membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa melimpahkan kasih karunia-Nya, pertolongan, petunjuk, serta mewujudkan semua harapan penulis.
2. Bapak Sentot Suciarto A., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Drs. Hudi Prawoto,MM.AKT. selaku Dosen Pembimbing serta Ibu Dr. AA.Christmastuti,SE.MSI.AKT. dan Bapak G. Freddy Koeswoyo,SE.MSI. selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan, ide-ide, pengalaman baru, dan memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua, kakak dan adik yang ikut dalam memberikan doa dan semangat serta dukungannya untuk menyelesaikan skripsi
5. Serta semua orang yang telah membantu dan memberi semangat dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangatlah penulis harapkan guna lebih menyempurnakan penelitian selanjutnya, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca

Semarang, 7 Maret 2016



Peneliti,

(Jeffrey Soetanto)



**DAFTAR ISI**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
1.3.2Manfaat Penelitian .....	12
1.4 Kerangka Pikir .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	16
2.1.1 <i>E-commerce</i> .....	16
2.1.1.3 Pengertian <i>e-commerce</i> .....	16
2.1.1.4 Jenis E-commerce .....	16
2.1.1.5 Kelebihan <i>E-Commerce</i> .....	18
2.1.1.6 Kekurangan <i>E-commerce</i> .....	19
2.1.2 Belanja Online.....	20
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4 Perilaku Konsumen .....	25
2.1.5 Perilaku Konsumen <i>Online</i> .....	25
2.1.6 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	26

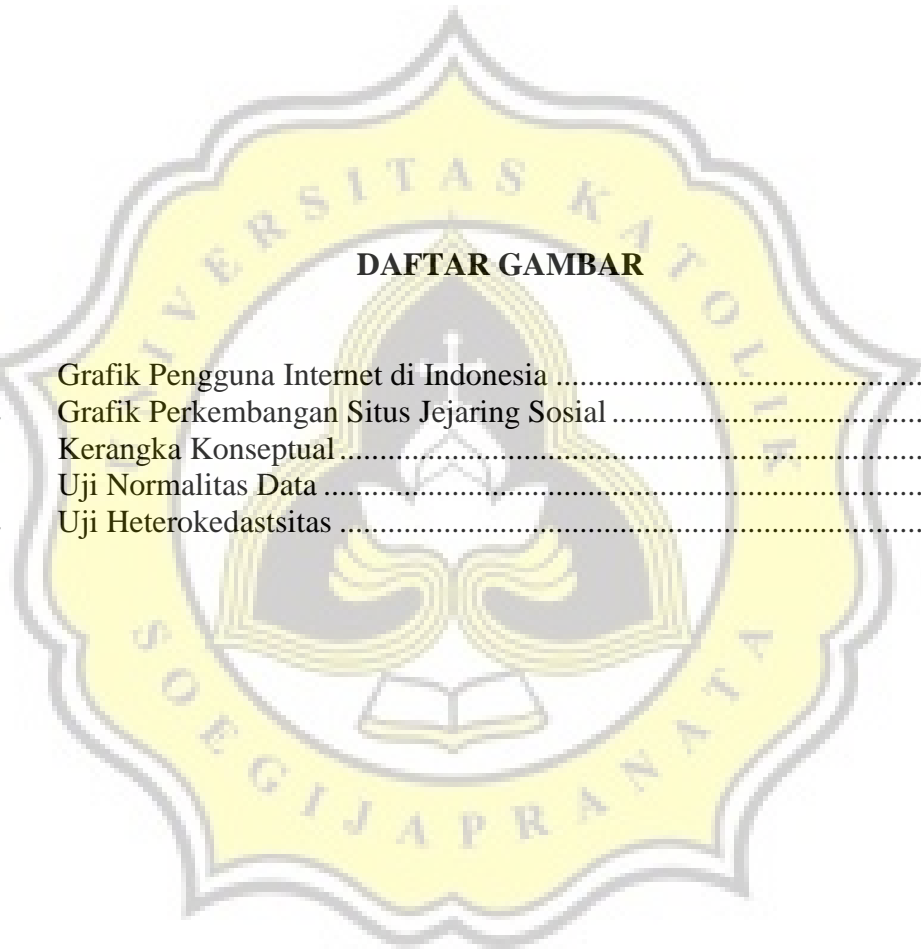
2.1.7	Kemudahan ( <i>Ease of Use</i> ).....	28
2.1.8	Kualitas Informasi( <i>information Quality</i> ) .....	29
2.1.9	Persepsi resiko ( <i>Perceived Risk</i> ) .....	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Kerangka Konseptual .....	41
2.3.1	Pengaruh kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	41
2.3.2	Pengaruh kemudahan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	43
2.3.3	Pengaruh kualitas informasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	44
2.3.4	Pengaruh persepsi resiko ( $X_4$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	46
BAB III	.....	47
METODE PENELITIAN	.....	47
3.1	Populasi dan Sampel .....	47
3.1.1	Populasi .....	47
3.1.2	Sampel.....	47
3.2	Jenis Data dan Sumber Data.....	50
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	51
3.3.1	Variabel Penelitian .....	51
3.3.2	Definisi Operasional Variabel.....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	54
3.5	Metode Analisis Data .....	54
3.5.1	Analisis Data Kuantitatif.....	55
3.5.2	Statistik Deskriptif .....	56
3.5.2.1	Uji Reliabilitas.....	57
3.5.2.2	Uji Validitas .....	57
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.3.1	Uji Normalitas Data.....	58
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas .....	59
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	59

3.5.4	Analisis Regresi .....	60
3.5.5	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	61
3.5.6	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	61
3.5.7	Koefisien Determinasi (Adj. R <sup>2</sup> ).....	62
BAB IV	.....	64
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	64
4.1	Identitas Responden.....	64
1.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	65
1.1.2	Usia Responden .....	65
1.1.3	Pendidikan Responden.....	66
4.2	Karakteristik Tanggapan Responden .....	67
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan pembelian (Y) .....	69
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X <sub>1</sub> ).....	70
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan (X <sub>2</sub> ).....	71
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas informasi (X <sub>3</sub> ).....	72
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi resiko (X <sub>4</sub> ).....	73
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
4.3.1	Uji Validitas.....	75
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	77
4.4	Pengujian Asumsi Klasik.....	78
4.4.1	Pengujian Normalitas Data.....	78
4.4.2	Pengujian Heterokedastisitas .....	79
4.4.3	Pengujian Multikolinearitas.....	81
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	84
4.6	Analisis Koefisien Determinasi .....	86
4.7	Pengujian Hipotesis .....	87
4.7.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	87
4.7.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	88
4.8	Pembahasan .....	92
4.8.1	Pengaruh kepercayaan (X <sub>1</sub> ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	92
4.8.2	Pengaruh kemudahan (X <sub>2</sub> ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	93

4.8.3	Pengaruh kualitas informasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	94
4.8.4	Pengaruh persepsi resiko ( $X_4$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui <i>situs jejaring sosial</i> .....	95
BAB V.....		97
KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Kesimpulan.....	97
	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....		99

### DAFTAR TABEL

1.1	Hasil Prasurvey.....	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	32
3.1	Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	50
4.1	Jenis Kelamin Responden.....	63
4.2	Usia Responden.....	64
4.3	Pendidikan Responden.....	66
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan pembelian.....	68
4.5	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan.....	69
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan.....	70
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Informasi.....	71
4.8	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Resiko.....	72
4.9	Uji Validitas.....	74
4.10	Uji Reliabilitas.....	76
4.11	Uji Multikolinieritas.....	80
4.12	Uji Regresi Linier Berganda.....	83
4.13	Analisis Koefisien Determinasi.....	85
4.14	Uji F.....	86



### DAFTAR GAMBAR

1.1	Grafik Pengguna Internet di Indonesia .....	2
1.2	Grafik Perkembangan Situs Jejaring Sosial .....	4
2.1	Kerangka Konseptual .....	13
4.1	Uji Normalitas Data .....	77
4.2	Uji Heterokedastsitas .....	79



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor seperti kemudahan, kepercayaan, kualitas informasi dan persepsi resiko memberikan pengaruh atau dampak terhadap keputusan pembelian di jejaring sosial dikota semarang. Penelitian ini dengan menggunakan teori *electronic commerce* (e-commerce), Populasi yang digunakan adalah masyarakat kota semarang, untuk mengumpulkan data dengan cara kuesioner dengan menggunakan *metode purposive sampling*, jumlah sampel yaitu 100 orang, teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi dan persepsi resiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

**Kata Kunci:** *Electronic commerce* (e-commerce), kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, persepsi resiko dan jejaring sosial



## ABSTRACT

This study aims to examine factors such as convenience, trust, quality of information and risk perceptions influence or impact on the purchasing decisions of social dijejaring city of Semarang. This study using the theory of electronic commerce (e-commerce), population used is the people of the city of Semarang, to collect data by means of a questionnaire by using purposive sampling method, a sample of 100 people, data analysis technique used is multiple linear regression analysis , The results of the analysis for this model show that the variables of trust, ease, quality of information and risk perception positive influence on purchasing decisions

**Keywords:** Electronic commerce (e-commerce), trust, convenience, quality of information, risk perception and social networking