

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, DAN RISIKO KINERJA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* di
TOKOPEDIA.COM**
(Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:
Ainun Fika Budi Aji Saputri
10408144038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, DAN RISIKO KINERJA

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* di

TOKOPEDIA.COM

(Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com)

Oleh:

Ainun Fika Budi Aji Saputri

NIM 10408144038

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan dan dipertahankan di depan

Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Jurusan Manajemen,

Fakultas Ekonomi,

Universitas Negeri Yogyakarta

Yogyakarta, 15 April 2015
Dosen Pembimbing,



Drs. Nurhadi, M. M
NIP. 19550101198103 01 006

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ainun Fika Budi Aji Saputri
NIM : 10408144038
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : "PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, DAN RISIKO KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* di TOKOPEDIA.COM (Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com)".

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri.

Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata tulis karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 15 April 2015

Yang menyatakan,



Ainun Fika Budi Aji Saputri
NIM. 10408144038

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, DAN RISIKO KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* di TOKOPEDIA.COM (Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com)”, yang disusun oleh Ainun Fika Budi Aji Saputri, NIM 10408144038 ini telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada tanggal 28 April 2015 dan telah dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI			
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Penny Rachmawaty, M. Si	Ketua Pengaji		25 - 05 - 2015
Drs. Nurhadi, M. M	Sekretaris		25 - 05 - 2015
Arif Wibowo, M. EI	Pengaji Utama		25 - 05 - 2015

Yogyakarta, 26 Mei 2015
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Yogyakarta
Dekan,

Dr. Sugiharsono, M. Si
NIP. 19550328 198303 1 002

MOTTO

❖ Bacalah dengan (menyebut) Nama Tuhan-mu yang Menciptakan

Dia telah Menciptakan manusia dari segumpal darah

Bacalah, dan Tuhan-mulah yang Maha Pemurah

Yang Mengajar (manusia) dengan perantaraan alam

Dia Mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya

(QS Al-Alaq 1-5)

❖ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh

(urusan) orang lain

Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap

(QS Al-Insyirah 5-8)

❖ Berlarilah secepat yang kau bisa, hasil akhirnya biar Allah S.W.T yang menentukan

❖ Tetap optimis dan bekerja keraslah walaupun orang lain mengatakan itu tak mungkin,

karena sesungguhnya tiada hal yang tak mungkin apabila Allah S.W.T telah

berkehendak

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibuku tercinta, Alm. Bapak Arif Budi Yanto dan Titik Budi Supiasih yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan sampai saat ini.
2. Kakek dan nenek, Supiyanto Prapto Sudarmo dan Rr. Bariyem, yang selalu menemaniku saat mengerjakan skripsi ini.
3. Kakak-kakakku Alm. Topan Budi Setiawan, maafkan adikmu baru dapat menyelesaikan skripsi sekarang saat kau sudah tak bersama kami lagi, semoga kau melihatnya disana, Rudi Bazar Sallam yang selalu memberiku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, Suci Wulandari, Siti Maryam, Adikku Ulfa Amalia Offie Commarill dan keponakan-keponakanku tersayang, Casta Nayla Arganta Danastri, Mahesa Putra Daniswara, Kenzie Arkananta Fawaz Zaki.
4. Febri Ariyanto, yang telah banyak membantu terselesainya skripsi ini.
5. Keluargaku, Sahabat-sahabatku, dan teman-teman tercinta yang juga selalu memberikan dukungan sampai saat ini.
6. Almamaterku tercinta Universitas Negeri Yogyakarta.

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN RISIKO KINERJA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* di
TOKOPEDIA.COM**
(Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com)

**Oleh: Ainun Fika Budi Aji Saputri
NIM: 10408144038**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com dan diambil sebanyak 135 responden dengan menggunakan metode *Purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta yang telah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com lebih dari satu kali. Uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis*, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar $4,184 >$ nilai t-tabel 1,984 dan tingkat signifikansinya 0,000. (2) Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar $6,776 >$ nilai t-tabel 1,984 dan tingkat signifikansinya 0,000. (3) Risiko kinerja berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar $2,767 >$ nilai t-tabel 1,984 dan tingkat signifikansinya 0,006. (4) Keamanan, Kemudahan, dan Risiko kinerja secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar $55,708 >$ nilai F tabel 2,687 dan tingkat signifikansinya 0,000. (5) Besarnya pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko kinerja terhadap keputusan pembelian (*Adjusted R²*) adalah sebesar 55,1%. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 12,553 + 0,268X_1 + 0,635X_2 - 0,295X_3 + e$

Kata kunci: keamanan, kemudahan, risiko kinerja, keputusan pembelian secara *online*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia.com (Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com).

Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu, ucapan terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M. Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Setyabudi Indartono, Ph. D, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Drs. Nurhadi, M. M, Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sekaligus dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing dan memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Arif Wibowo M. EI dan Penny Rachmawaty, M. Si, Narasumber dan ketua penguji yang telah memberikan banyak masukan selama penyusunan skripsi ini.
6. Agung Utama, M. Si, Dosen pembimbing akademik

7. Seluruh dosen dan staf Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah membantu selama proses perkuliahan.
8. Keluarga tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan doa: Kedua orang tuaku alm. Arif Budi Yanto (Bapak), Titik Budi Supiasih (Ibu), Supiyanto Prapto Sudarmo (Kakek), Rr. Bariyem (Nenek), kakak-kakakku alm. Topan Budi Setiawan, Rudi Bazar Sallam, Suci Wulandari, Siti Maryam, adikku Ulfa Amalia Offie Comarill, dan keponakan-keponakanku Casta Nayla Argantha Danastri, Mahesa Putra Daniswara, dan Kenzie Arkananta Fawaz Zaki.
9. Yang terkasih Febri Ariyanto yang selalu menemani dan memberikan semangat selama penyusunan skripsi ini serta sahabat-sahabatku tercinta Rr. Putri Febrianingtyas, Sefi Yunitasari, Anggie Elfirda Fariezta, dan Ari Megawati yang selalu membantu dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-temanku Jurusan Manajemen, Sabtya, Dinta, Imam, Reza, Cahyo, Dewi, Safitri, Fitri, Ade, Fitri, Ajeng, dan teman – teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya selama ini.
11. Keluarga besar Cover Super, Mas Satia, Mas Zulkhan, Mas Afrig, Mbak Vita, Mbak Dewi, Tinus, Bondan, Mbak Puji, Mas Heri, terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama ini. Banyak pelajaran berharga yang saya dapatkan di Cover Super terkait dengan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikan tulisan ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca.

Yogyakarta, 15 April 2015

Penulis



Ainun Fika Budi Aji Saputri

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II. KAJIAN TEORI	14
A. Landasan Teori	14
1. Keputusan Pembelian	14
2. Keamanan	17
3. Kemudahan	20
4. Risiko Kinerja	22
B. Penelitian yang Relevan	23
C. Kerangka Berpikir	25
D. Paradigma Penelitian	28
E. Hipotesis Penelitian	29

BAB III. METODE PENELITIAN	31
A. Desain Penelitian	31
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
1. Variabel Bebas/ <i>Independent Variable</i> (X)	31
a. Keamanan	31
b. Kemudahan	32
c. Risiko Kinerja	33
2. Variabel Terikat/ <i>Dependent Variable</i> (Y)	34
Keputusan Pembelian	34
C. Tempat dan Waktu Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel Penelitian	36
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	38
F. Uji Coba Instrumen	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	46
G. Teknik Analisis Data	47
1. Analisis Statistik Deskriptif	47
2. Pengujian Prasyarat Analisis	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Linieritas	49
c. Uji Multikolinieritas	49
d. Uji Heteroskedastisitas	50
3. Analisis Regresi Berganda	50
4. Uji Hipotesis	51
a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	51
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	53
c. Analisis Koefisien Determinasi	53
d. Analisis Uji SE dan SR	54

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian	55
1. Analisis Deskriptif	55
a. Analisis Karakteristik Responden	55
b. Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel	58
2. Pengujian Prasyarat Analisis	63
a. Uji Normalitas	64
b. Uji Linieritas	65
c. Uji Multikolinieritas	65
d. Uji Heteroskedastisitas	66
3. Uji Hipotesis	67
a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	69
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	71
c. <i>Adjusted R</i> ²	71
d. Uji SE dan SR	72
B. Pembahasan	72
BAB V. KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
C. Keterbatasan Penelitian	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	39
Tabel 3.2 Skor Kuesioner	41
Tabel 3.3 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	42
Tabel 3.4 <i>Rotated Component Matrix</i>	43
Tabel 3.5 <i>KMO and Bartlett's Test</i> (Tahap 2)	44
Tabel 3.6 <i>Rotated Component Matrix</i> (Tahap 2)	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	57
Tabel 4.4 Data Deskriptif Variabel	58
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel Keamanan.....	59
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Kemudahan	60
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel Risiko Kinerja	61
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda	68
Tabel 4.14 Hasil Uji SE dan SR	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Proses verifikasi yang cenderung lambat	7
Gambar 1.2 Barang tidak sesuai dengan aslinya	8
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	29

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN	87
1. Kuesioner Penelitian	88
2. Kuesioner Penelitian (2)	93
3. Data Validitas dan Reliabilitas	99
4. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian (Tahap 1)	100
5. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian (Tahap 2)	101
6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	102
7. Data Penelitian	104
8. Data Karakteristik Responden	107
9. Hasil Uji Karakteristik Responden	110
10. Hasil Uji Deskriptif	112
11. Rumus Perhitungan Kategorisasi	113
12. Data Kategorisasi	115
13. Hasil Uji Kategorisasi	118
14. Hasil Uji Normalitas	119
15. Hasil Uji Linieritas	120
16. Hasil Uji Multikolinieritas	121
17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	122
18. Hasil Uji Regresi Berganda	123
19. Hasil Uji SE dan SR	124

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi di dunia khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Internet menghubungkan satu orang dengan orang lainnya, menyediakan informasi, sebagai sarana hiburan, maupun sebagai sarana komunikasi. Hal ini menjadikan internet saat ini telah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar orang selain kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Setidaknya ada enam alasan mengapa teknologi internet begitu populer. Keenam alasan tersebut adalah internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas; mengurangi biaya komunikasi; biaya transaksi yang lebih rendah; dapat mengurangi biaya agensi; interaktif, fleksibel, dan mudah; serta memiliki kemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat (Laudon dan Laudon, 2007: 51). Menurut data survei pengguna internet yang diselenggarakan di 42 kota di Indonesia oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2012, penetrasi pengguna internet di Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 38,5% dari jumlah populasi total 425.000 jiwa dan diperkirakan semakin lama akan semakin meningkat. Fenomena ini tentu saja menjadi peluang bisnis baru bagi beberapa pihak yang kemudian menangkap peluang tersebut dengan menyediakan atau membuat toko *online* sebagai bagian dari *e-commerce*.

Menurut David Baum dalam Sunarto (2009: 27) *e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik, dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Terdapat banyak jenis *e-commerce* yang berkembang di dunia, namun hanya ada beberapa jenis *e-commerce* yang berkembang di Indonesia. Salah satu jenis *e-commerce* yang saat ini ini berkembang pesat di Indonesia adalah *e-commerce* jenis *marketplace*. *Marketplace* merupakan sebuah tempat secara daring dimana penjual dapat membuat akun dan menjajakan barang dagangannya. Salah satu keuntungan berjualan di *marketplace* adalah penjual tidak perlu membuat situs atau toko *online* pribadi. Penjual hanya perlu menyediakan foto produk dan mengunggahnya yang kemudian dilengkapi dengan deskripsi produk tersebut. Selanjutnya, apabila ada pembeli yang ingin membeli produk yang ditawarkan tersebut, pihak penjual akan diberi notifikasi oleh sistem dari *e-commerce* tersebut.

Marketplace yang ada di Indonesia antara lain tokopedia.com, bukalapak.com, blibli.com, zalora, lazada, dan sebagainya. Salah satu jenis *marketplace* yang cukup populer di Indonesia adalah tokopedia.com. Didirikan pada 17 Agustus 2009 dengan visi membangun Indonesia lebih baik melalui internet, tokopedia.com tumbuh sangat pesat dan menjadi *marketplace* terbesar di Indonesia. Sejak berdiri, tokopedia.com pernah

meraih penghargaan Bubu *Awards* pada tahun 2009 dimana tokopedia.com dinobatkan sebagai perusahaan *e-commerce* terbaik. Selain itu tokopedia.com telah berhasil mendapatkan investasi dari PT Indonusa Dwitama (2009), *East Ventures* (2010), *CyberAgent Ventures* (2011), BEENOS (2012), *SB Pan Asia Fund* (2013), dan *SoftBank Internet and Media, Inc.* (“SIMI”) dan *Sequoia Capital* (2014).

Tokopedia.com merupakan *online marketplace* yang memungkinkan setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia membuka dan mengurus toko *online* mereka secara mudah dan bebas biaya, sekaligus memberikan pengalaman jual beli *online* secara aman dan nyaman. Dengan slogan lebih lengkap, lebih aman, dan lebih murah tokopedia.com memungkinkan penggunanya untuk dapat memilih beragam produk yang ada di tokopedia.com secara *online* tanpa perlu khawatir terhadap penipuan. Selain itu sebagai *mall online* yang merupakan tempat berkumpulnya toko-toko *online* terpercaya di seluruh Indonesia, pengguna atau yang sering disebut *toppers* dapat membandingkan harga dari berbagai toko yang ada di tokopedia.com, sehingga memungkinkan *toppers* untuk mendapatkan produk yang diinginkan dengan harga yang lebih murah.

Sebagai saluran transaksi pemasaran yang masih tergolong baru, *e-commerce* lebih mengandung ketidakpastian dan risiko dibandingkan dengan transaksi yang dilakukan secara konvensional. Hal ini yang kemudian menjadi pertimbangan bagi *netizen* untuk melakukan pembelian secara *online*.

Menurut Deavaj dalam Suhari (2008: 142) membeli secara *online* dapat dipengaruhi oleh: Efisiensi untuk pencarian (waktu cepat, mudah dalam penggunaan, dan usaha pencarian mudah); *value* (harga bersaing dan kualitas baik); dan interaksi (informasi, keamanan, *load time*, dan navigasi)

Potensi kejahatan yang biasa terjadi pada transaksi *online* seperti penipuan, pembajakan kartu kredit (*carding*), transfer dana ilegal dari rekening tertentu sangatlah besar apabila sistem keamanan infrastruktur *e-commerce* masih lemah. Oleh karena itu, keamanan infrastruktur *e-commerce* menjadi kajian penting dan serius bagi ahli komputer dan informatika (Rofiq, 2007). Indonesia menduduki peringkat pertama *traffic cyber crime*. Sebesar 40% kejahatan *cyber* berasal dari Indonesia. Hal ini dikarenakan pemerintah belum memiliki keamanan dan ketahanan *cyber* sehingga kriminalitas di dunia maya marak terjadi. *Cyber crime* yang terjadi di Indonesia sangat beragam mulai dari pencurian uang *virtual*, penyebaran virus, hingga pembobolan data rahasia organisasi (Rimanews - Minggu, 5 April 2015). Hal ini yang kemudian juga menjadi permasalahan bagi para *netizen* untuk melakukan pembelian secara *online* karena adanya risiko lebih yang harus siap ditanggung oleh *netizen* ketika melakukan pembelian secara *online*, seperti pesanan yang kemungkinan tidak dikirim maupun kejahatan-kejahatan lain yang dapat dilakukan secara *online*.

Di tokopedia.com sendiri pengguna atau yang biasa disebut *toppers* yang ingin membeli produk dari salah satu toko *online* yang terdapat di

tokopedia.com diharuskan untuk membuat akun di tokopedia.com. Dalam pembuatan akun tersebut, *toppers* harus mencantumkan data pribadi berupa nama lengkap, nomor hp, email, dan lain sebagainya. Keharusan pendaftaran dengan cara mencantumkan informasi pribadi terkadang membuat sebagian orang enggan untuk melakukannya. Chapell (2005) menemukan bahwa lebih dari 69% dari pembeli internet membatasi pembelian *online* mereka karena kekhawatiran yang berkaitan dengan privasi dan keamanan informasi pribadi mereka. Sehingga dapat diartikan bahwa keamanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*.

Sebagai salah satu faktor yang penting dalam keputusan pembelian secara *online*, keamanan menjadi faktor yang diperhatikan oleh tokopedia.com. Untuk mengatasi kasus penipuan yang sering terjadi pada transaksi *online*, tokopedia.com menerapkan sistem *escrow* dalam sistem pembayarannya atau yang biasa dikenal dengan istilah rekening bersama. *Escrow* adalah suatu perjanjian legal dimana sebuah barang yang umumnya berupa uang, namun bisa juga berupa benda apapun lainnya disimpan oleh pihak ketiga yang dinamakan agen *escrow* sementara menunggu isi kontrak dipenuhi (wikipedia – Senin, 3 November 2014). Namun, jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak tokopedia.com ternyata tidak lantas membuat situs tokopedia.com menjadi situs paling populer di Indonesia. Menurut data yang diperoleh dari alexa.com, situs tokopedia.com masih kalah populer dibandingkan dengan situs olx.co.id yang tidak menjamin keamanan pada

transaksi *online* yang terjadi. Situs tokopedia.com hanya berhasil menduduki peringkat ke 33, sedangkan situs olx.co.id menduduki peringkat ke 16. Hal ini menunjukkan bahwa situs tokopedia.com masih belum mendapat tempat di hati para *netizen* di Indonesia dibandingkan dengan olx.co.id. *Netizen* masih lebih senang untuk mengakses olx.co.id dibandingkan dengan tokopedia.com.

Faktor penting yang mempengaruhi pembelian secara *online* selanjutnya adalah faktor kemudahan. Hadirnya internet tentu menambah kemudahan dalam segala aspek kehidupan, tidak terkecuali pada kegiatan jual beli yang saat ini dapat dilakukan secara *online*. Dimanapun dan kapanpun asalkan terkoneksi internet setiap orang yang ingin melakukan pembelian secara *online* dapat dengan mudah melakukannya. Tokopedia.com menawarkan tiga langkah mudah bagi *toppers* yang ingin membeli produk di tokopedia.com meliputi beli, bayar, dan terima barang. Namun, pada kenyataannya langkah-langkah yang ditawarkan oleh pihak tokopedia.com tidak semudah yang dikatakan. Sebagai pihak ketiga yang menengahi transaksi yang terjadi di tokopedia.com, *toppers* yang ingin membeli produk yang ada di tokopedia.com harus melalui serangkaian proses yang lebih panjang dibandingkan dengan apabila *toppers* membeli secara langsung pada penjual. Hal ini dikarenakan, pada saat *toppers* memutuskan untuk melakukan pembelian di tokopedia.com, pembeli dan penjual tidak dapat berinteraksi secara langsung, melainkan melalui pihak ketiga yaitu tokopedia.com. Berbeda dengan *online shop* pada umumnya, dimana antara penjual dan

pembeli dapat berinteraksi secara langsung tanpa harus melalui proses yang lebih panjang seperti yang terjadi apabila melalui pihak ketiga. Adapun masalah yang muncul berkaitan dengan proses transaksi yang terjadi di tokopedia.com ditunjukkan pada gambar 1.1 sebagai berikut.

Gambar 1.1 Proses verifikasi yang cenderung lambat

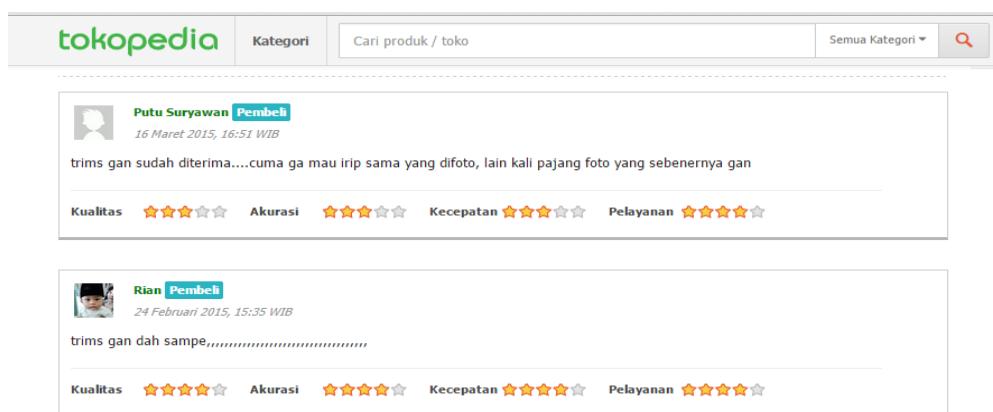


Sumber : www.facebook.com/tokopedia

Faktor selanjutnya yang juga penting dalam *e-commerce* adalah risiko kinerja. Risiko kinerja merupakan bagian dari risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*). Risiko yang dipersepsikan menimbulkan ketidakpastian yang secara alami ditunjukkan dalam transaksi *online*. Menurut Chao-Min Chiu (2012: 85-114) risiko kinerja adalah kemungkinan bahwa produk yang telah dibeli tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan. Kegiatan jual beli *online* tidak dapat terlepas dari masalah risiko kinerja. Hal ini dapat terjadi karena pembeli tidak dapat melihat atau menyentuh produk yang akan dibelinya. Sehingga produk tersebut baru akan diketahui keadaannya setelah diterima oleh pembeli. Risiko kinerja dapat berupa kualitas produk yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, rusak, dan lain sebagainya.

Risiko kinerja ternyata merupakan salah satu masalah yang juga terjadi di tokopedia.com. Walaupun dalam hal transaksi tokopedia.com merupakan pihak ketiga atau sebagai penengah, namun berbeda dalam hal risiko kinerja (barang yang dikirim ternyata rusak, berbeda dengan aslinya, dan sebagainya) yang terjadi. Terkait dengan adanya risiko kinerja yang terjadi, pihak tokopedia.com sendiri menyatakan tidak bertanggung jawab dengan adanya risiko kinerja yang terjadi di tokopedia.com. Namun pihak tokopedia.com selalu mengimbau kepada *toppers* untuk melihat *review* mengenai produk dahulu dari *toppers* yang pernah membeli produk tersebut sebelumnya, karena dengan melihat *review* tersebut diharapkan *toppers* mempunyai gambaran mengenai kondisi produk yang akan dibelinya. *Review* yang diberikan oleh pembeli dapat bermacam-macam, ada yang puas terhadap barang yang telah dibelinya dan juga dapat sebaliknya seperti yang ditunjukkan oleh gambar 1.2 sebagai berikut.

Gambar 1.2 Barang tidak sesuai dengan aslinya



Sumber: www.tokopedia.com

Gambar tersebut diambil dari *review* yang diberikan kepada pembeli kepada salah satu toko *online* yang ada di tokopedia.com. Pada gambar tersebut, pembeli mengatakan bahwa barang yang ia pesan telah sampai, namun barang tersebut tidak mirip dengan foto yang penjual pasang untuk menjual produk tersebut. Sehingga pembeli menganjurkan kepada penjual untuk memasang foto produk yang asli atau yang sesuai dengan kondisi produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, muncul masalah apakah keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. Berdasarkan masalah tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara *online* di Tokopedia.com”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut.

1. *E-commerce* melibatkan lebih dari ketidakpastian dan risiko dibandingkan dengan transaksi yang dilakukan secara konvensional.
2. Adanya potensi kejahatan yang biasa terjadi pada transaksi *online* menjadi kendala pengguna internet untuk melakukan pembelian secara *online*.

3. Indonesia menduduki peringkat pertama *traffic cyber crime*. Sebesar 40% kejahatan *cyber* berasal dari Indonesia.
4. Pemerintah Indonesia belum memiliki keamanan dan ketahanan *cyber* yang memadai.
5. Keharusan pendaftaran dengan cara mencantumkan informasi pribadi terkadang membuat sebagian orang enggan untuk melakukannya.
6. Pembeli internet membatasi pembelian *online* mereka karena kekhawatiran yang berkaitan dengan privasi dan keamanan informasi pribadi mereka.
7. Keamanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*.
8. Proses pembayaran di tokopedia.com lebih rumit dibandingkan dengan toko *online* lain yang tidak menerapkan sistem *escrow* pada sistem pembayarannya.
9. Proses verifikasi di tokopedia.com cenderung lambat.
10. Kegiatan jual beli *online* tidak dapat terlepas dari masalah risiko kinerja.
11. Risiko kinerja ternyata merupakan salah satu masalah yang juga terjadi di tokopedia.com.
12. Tidak ada jaminan kualitas barang yang diberikan oleh pihak tokopedia.com.

C. Batasan Masalah

Mengingat begitu banyaknya permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan pada permasalahan “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* di Tokopedia.com”. Hal ini dikarenakan keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja merupakan masalah penting yang sangat sering dihadapi pada transaksi secara *online* dan juga terjadi di tokopedia.com. Peneliti mencoba mengaitkan pengaruh antara keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com?
3. Bagaimana pengaruh risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com?

4. Bagaimana pengaruh antara keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan yang dapat memecahkan masalah yang sesuai dengan rumusan masalah diatas. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com
2. Mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com
3. Mengetahui pengaruh risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com
4. Mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberi tambahan wawasan serta kajian mengenai pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap

keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia.com. Serta memperkaya khasanah penelitian yang ada dan dapat digunakan sebagai pembandingan penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Tokopedia.com

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dalam mengambil keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang.

b. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya mengenai *e-commerce*, disamping itu penulis diharapkan mengetahui masalah yang dihadapi oleh perusahaan dengan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah.

c. Bagi peneliti berikutnya

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti berikutnya yang berminat meneliti mengenai *e-commerce*.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007: 485) keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan atau lebih. Sehingga dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia ketika seseorang mengambil keputusan.

Keputusan pembelian merujuk pada konsumen yang telah melakukan pembelian produk secara nyata. Hal ini didukung oleh teori Kotler dan Armstrong (2004: 227) Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.

Dalam keputusan membeli barang konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. Umumnya ada lima macam peranan yang dapat dilakukan seseorang. Ada kalanya kelima peran ini dipegang oleh satu orang, namun seringkali pula peranan tersebut dilakukan beberapa orang. Pemahaman mengenai masing-masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan

konsumen. Kelima peran tersebut meliputi (Kotler, et al., 1996) dalam Fandy Tjiptono (2008: 20).

- 1) Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu.
- 2) Pemberi pengaruh (*influencer*), yaitu orang yang pandangan, nasihat, atau pendapatnya mempengaruhi keputusan pembelian.
- 3) Pengambil keputusan (*decider*), yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian.
- 4) Pembeli (*buyer*), yaitu orang yang melakukan pembelian aktual.
- 5) Pemakai (*user*), yaitu orang yang menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Ada lima tahap proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2004: 224), proses pembelian oleh konsumen secara umum adalah sebagai berikut.

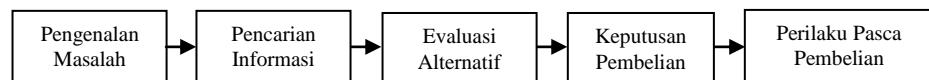
- 1) Pengenalan kebutuhan (*need recognition*), yaitu pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Tahap ini sedikit banyak dipengaruhi oleh bagaimana pengetahuan konsumen akan pembelian. Dimensi dasar dari pengenalan kebutuhan melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang di mana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.

- 2) Pencarian informasi (*information research*), yaitu tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi. Pada tahap ini seorang yang tertarik akan suatu produk mungkin akan mencari lebih banyak informasi. Jika dorongan konsumen begitu kuat dan produk yang memuaskan berada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan besar akan melakukan pembelian. Namun demikian jika tidak, konsumen kemungkinan akan menyimpan kebutuhannya dalam ingatan atau melakukan pencarian informasi yang berkaitan dengan kebutuhan itu. Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber, antara lain:
 1. Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan kerja).
 2. Sumber komersial (iklan, penjualan, pengecer, bungkus, situs web, dan lain lain).
 3. Sumber publik (media massa, organisasi pemberi peringkat).
 4. Sumber berdasarkan pengalaman (memegang, meneliti, menggunakan produk).
- 3) Evaluasi berbagai alternatif (*alternative evaluation*), yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan.

- 4) Keputusan pembelian (*purchase decision*), yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk.
- 5) Perilaku pasca pembelian (*postpurchase behaviour*), yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan yang mereka rasakan. Menurut Kotler dan Armstrong (2004: 228) yang menentukan puas atau tidak puasnya pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang dirasakan.

Tahap-tahap pengambilan keputusan di atas dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian



Sumber : Kotler dan Armstrong (2004: 224)

2. Keamanan

a. Pengertian Keamanan

Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan transaksi *online* adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi

adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Sangat pentingnya nilai sebuah informasi menyebabkan seringkali informasi yang diinginkan hanya boleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dalam batas yang dapat diterima.

Keamanan transaksi online terus mendominasi diskusi tentang *e-commerce* (Elliot dan Fowel, 2000; Liao dan Cheung, 2001; Szymanski dan Hise, 2000). Konsumen merasa prihatin tentang pengungkapan informasi pribadi dan keuangan (Maholtra, Kim, dan Agarwal, 2004). Sementara situs belanja *online* yang paling memberikan kebijakan perlindungan privasi informasi dan jaminan keamanan untuk transaksi, mereka tidak menawarkan informasi rinci tentang bagaimana transaksi dan data pribadi dijamin (Gauzente, 2004).

Menurut Bailey dan Pearson (1983) Persepsi keamanan (*security perception*) adalah persepsi konsumen tentang kemampuan toko *online* mengendalikan dan mengamankan data transaksi dari penyalahgunaan atau perubahan yang tidak sah.

Park dan Kim (2006) mendefinisikan *security* atau keamanan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan

penjagaan keamanan atas transaksi data. Lebih lanjut Park dan Kim (2006) mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011), melalui studi yang dilakukan pada konsumen *online* di Malaysia menemukan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan positif dan signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian secara *online*. Keamanan adalah inti dari sebagian besar transaksi internet. Keamanan merupakan faktor kunci yang menjadi perhatian orang menggunakan internet untuk membeli, karena sebagian transaksi dilakukan di web.

b. Indikator Keamanan

Menurut Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011), indikator keamanan meliputi jaminan keamanan dan kerahasiaan data.

3. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Menurut Davis (1989: 320), Kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

Adams, R. Ryan Nelson, dan Peter A. Todd (1992) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Bila konsumen menganggap suatu produk mudah digunakan, mereka akan merasakan kegunaan produk itu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Davis, 1989).

Igbraria (2000) menyatakan bahwa persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang

tentang menggunakan suatu sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Sehingga kemudahan penggunaan teknologi akan semakin digunakan oleh calon konsumen untuk mengakses situs tokopedia.com.

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Kemudahan penggunaan yang dipersepsikan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan yang dipersepsikan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007).

b. Indikator Kemudahan

Menurut Davis (1989), indikator kemudahan meliputi mudah untuk dipelajari (*easy to learn*), dapat di kontrol (*controllable*), jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi mahir (*easy to become skillful*), dan mudah digunakan (*easy to use*).

4. Risiko Kinerja

a. Pengertian Risiko Kinerja

Risiko kinerja adalah kemungkinan bahwa produk yang telah dibeli tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan (Chao-Min Chiu, 2012: 85-114). Sedangkan menurut Peter dan Tarpey (1975) Risiko produk atau risiko kinerja didefinisikan sebagai kemungkinan barang tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang dimaksudkan.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010: 202), Risiko kinerja adalah risiko karena produk tidak berfungsi sebagaimana yang diharapkan. Hal ini juga dinyatakan oleh Mowen dan Minor (2002: 227), Risiko kinerja adalah risiko bahwa produk tidak akan memberikan kinerja sesuai yang diharapkan. Sedangkan menurut Chen dan Qin (2007) dalam Arwiedya (2011: 43), Risiko kinerja adalah risiko produk palsu atau produk rusak dan produk tidak sesuai dengan publisitas. Lebih lanjut Chen dan Qin menyatakan bahwa ketika konsumen memutuskan membeli secara *online* hal yang mereka khawatirkan adalah produk yang tidak sesuai dengan publisitas dan produk yang palsu dan rusak konsumen yang memilih hal ini adalah 77,4% dengan kata lain risiko kinerja adalah risiko yang paling dikhawatirkan terjadi oleh pelanggan ketika memutuskan melakukan pembelian pada toko *online*.

Kesulitan menilai kualitas (risiko kinerja produk) merupakan risiko yang paling sering dikutip oleh pengguna internet sebagai alasan untuk tidak melakukan pembelian secara *online* (Forsythe dan Shi: 2003). Lebih lanjut, Forsythe dan Shi dalam penelitiannya menemukan bahwa risiko kinerja mempunyai pengaruh secara signifikan pada frekuensi pembelian secara *online*.

b. Indikator Risiko Kinerja

Indikator risiko kinerja menurut Bo Dai, Sandra Forsythe, dan Wi-Suk Kwon (2014) meliputi kesulitan untuk menilai kualitas produk (*difficult to judge products' quality adequately*), kesulitan untuk membandingkan produk yang serupa (*difficult to compare the quality of similar products*), dan produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan (*The product purchased may not perform as expected*).

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) yang berjudul “*Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*”. Hasil menunjukkan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian *online*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Moch Suhir, Imam Suyadi, dan Riyadi (2014) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*”. Pada penelitian dengan responden pengguna situs *website* www.kaskus.co.id, peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa dari ketiga variabel persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*. Secara sendiri-sendiri diketahui persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Sandra M. Forsythe dan Bo Shi (2003) yang berjudul “*Consumer Patronage and Risk Perceptions in Internet Shopping*”. Sebanyak 641 responden menjawab dari 18 potensi risiko yang mungkin mencegah pengguna internet untuk belanja *online*, sebesar 39% dari responden menyebutkan risiko kinerja produk, misalnya kesulitan dalam menilai kualitas produk secara *online*; 23% menyebutkan risiko keuangan misalnya mengenai risiko bentuk kerugian penggunaan kartu kredit secara *online*; 32% menyebutkan risiko psikologis, misalnya masalah privasi; dan 20% menyatakan keprihatinannya mengenai waktu/risiko kenyamanan, misalnya lebih cepat/lebih mudah. Kekhawatiran belanja *online* lainnya juga diidentifikasi dalam survei. Sebesar 23% menyebutkan *vendor* asing, 18% menyebutkan tidak cukup

informasi, 10% menyebutkan lebih memilih untuk berurusan dengan orang-orang, 13% menyebutkan tidak ada tanda terima/dokumentasi, dan terlalu rumit untuk menempatkan pesanan sebanyak 6%.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Suhari (2008) yang berjudul “Keputusan Membeli secara *Online* dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya”. Hasil menunjukkan bahwa keputusan membeli melalui secara *online* yang didahului oleh pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor ini dapat dikelompokkan menjadi faktor internal, yaitu psikologi konsumen, dan faktor eksternal, yang terdiri dari lingkungan sosial budaya masyarakat, stimuli pemasaran, dan sistem kontrol *vendor* yang meliputi (1) Efisiensi untuk pencarian (waktu cepat, mudah dalam penggunaan, dan usaha pencarian mudah), (2) *value* (harga bersaing dan kualitas baik), dan (3) interaksi (informasi, keamanan, load time, dan navigasi).

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian

Menurut Park dan Kim (2006), *Security* atau keamanan diartikan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Sebagai saluran pemasaran baru, *E-commerce* lebih mengandung ketidakpastian dan risiko dibandingkan dengan pembelian secara konvensional. Hal ini dikarenakan antara

penjual dan pembeli tidak saling bertemu pada saat transaksi berlangsung. Kejahatan secara *online* pun tidak dapat dihindari, namun tokopedia.com menawarkan keamanan dalam transaksi yang terjadi di tokopedia.com. Dengan adanya jaminan keamanan yang diberikan, diharapkan pengguna tokopedia.com (*toppers*) dapat melakukan transaksi secara lebih aman dan tidak khawatir oleh adanya penipuan pada saat transaksi tersebut. Sehingga jaminan keamanan yang ditawarkan diduga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. Artinya, ketika jaminan keamanan yang ditawarkan oleh pihak tokopedia.com memadai akan membuat pengguna tokopedia.com (*toppers*) melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

2. Pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Davis (1989), Kemudahan yang dipersepsikan atau *perceived ease of use* merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pemakai.

Hadirnya internet membawa kemudahan diberbagai aspek kehidupan, tidak terkecuali dengan kegiatan jual beli yang saat ini dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Tokopedia.com menawarkan kemudahan dalam transaksinya dalam sebuah sistem, namun ternyata

kemudahan yang ditawarkan tersebut menemui kendala, sebagian *toppers* mengeluhkan tentang proses transaksi yang terjadi. Sehingga kemudahan dalam penggunaan diduga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. Artinya, semakin tinggi suatu web atau yang di dalam penelitian ini tokopedia.com menawarkan kemudahan dalam penggunaan pada penggunanya (*toppers*), untuk melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

3. Pengaruh risiko kinerja terhadap keputusan pembelian.

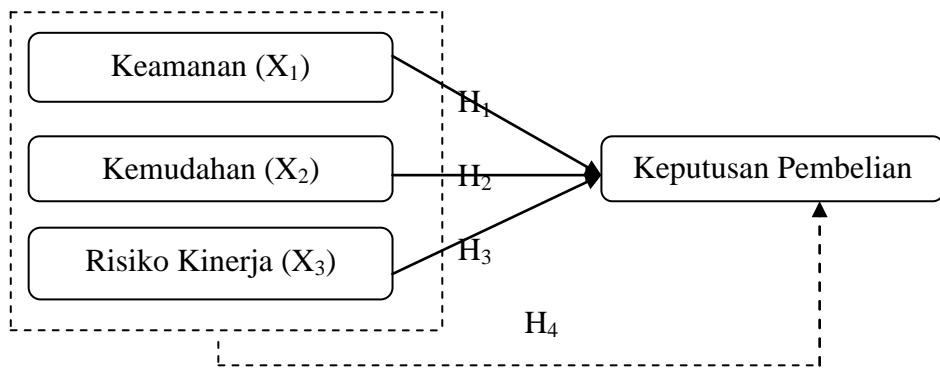
Risiko kinerja adalah kemungkinan bahwa produk yang telah dibeli tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan (Chao-Min Chiu, 2012: 85-114). Risiko kinerja dapat terjadi pada kegiatan jual beli *online*, karena pembeli tidak dapat melihat atau menyentuh produk yang akan dibeli secara langsung sehingga terdapat kemungkinan barang yang dibeli tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai dengan yang dipersepsikan oleh pembeli. Dalam penelitian ini, risiko kinerja diduga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Artinya, ketika pembelian di suatu web atau yang di dalam penelitian ini tokopedia.com memiliki risiko kinerja yang rendah, maka akan semakin tinggi keputusan pengguna (*toppers*) untuk melakukan pembelian di tokopedia.com. Begitu juga sebaliknya, semakin tinggi risiko kinerja yang kemungkinan terjadi, akan semakin rendah keputusan pengguna (*toppers*) untuk melakukan pembelian di tokopedia.com.

4. Terdapat pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Keamanan merupakan faktor penting dan paling mendapatkan perhatian dalam *e-commerce*. Hal ini dikarenakan antara pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, sehingga penipuan berkedok *online shop* marak terjadi. Namun disisi lain, *e-commerce* menambah kemudahan dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam hal berbelanja yang saat ini dapat dilakukan secara *online*. Demikian halnya dengan adanya kemungkinan bahwa produk yang telah dibeli tidak sesuai dengan yang diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini karena kegiatan belanja dilakukan secara *online*, sehingga pembeli tidak dapat melihat atau menyentuh produk yang akan dibelinya yang kemudian menjadi pertimbangan bagi pembeli untuk melakukan pembelian secara *online*.

D. Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang mengacu pada faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian diatas maka dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut.



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

Keterangan gambar :

X_1 : Keamanan

X_2 : Kemudahan

X_3 : Risiko Kinerja

Y : Keputusan Pembelian

H_1 : Pengaruh X_1 terhadap Y

H_2 : Pengaruh X_2 terhadap Y

H_3 : Pengaruh X_3 terhadap Y

H_4 : Pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 , secara simultan terhadap Y

E. Hipotesis Penelitian

Pengertian hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2009: 96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada

teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Terdapat pengaruh positif keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.
- H₂: Terdapat pengaruh positif kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.
- H₃: Terdapat pengaruh negatif risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.
- H₄: Terdapat pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja secara simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dimana dalam penelitian survei menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden terkait hubungan antara variabel independen/bebas (X) terhadap variabel dependen/terikat (Y). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah keputusan pembelian sedangkan variabel independennya keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Definisi operasional diperlukan untuk menyamakan asumsi-asumsi terhadap permasalahan yang akan dibahas. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Bebas/*Independent Variable* (X)

a. Keamanan (X₁)

Park dan Kim (2006) mendefinisikan security atau keamanan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator jaminan keamanan dan kerahasiaan data (Raman Arasu dan Viswanathan, 2011).

Dalam penelitian ini, pernyataan untuk variabel keamanan merupakan pernyataan positif sehingga skor penilaian tertinggi adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5 sedangkan skor terendah adalah Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1.

Semakin tinggi kategori keamanan dalam penelitian ini semakin baik pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan responden sepakat dengan pernyataan tersebut.

b. Kemudahan (X₂)

Menurut Davis (1989: 320), Kemudahan yang dipersepsikan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator mudah untuk dipelajari (*easy to learn*), dapat di kontrol (*controllable*), jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi mahir (*easy to become skillful*), dan mudah digunakan (*easy to use*).

Dalam penelitian ini, pernyataan untuk variabel kemudahan merupakan pernyataan positif sehingga skor penilaian tertinggi adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5 sedangkan skor terendah adalah Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1.

Semakin tinggi kategori kemudahan dalam penelitian ini semakin baik pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan responden sepakat dengan pernyataan tersebut.

c. Risiko Kinerja (X₃)

Menurut Peter dan Tarpey (1975), Risiko produk atau risiko kinerja didefinisikan sebagai kemungkinan barang tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang dimaksudkan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator kesulitan untuk menilai kualitas produk (*difficult to judge products' quality adequately*), kesulitan untuk membandingkan produk yang serupa (*difficult to compare the quality of similar products*), dan produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan (*The product purchased may not perform as expected*).

Dalam penelitian ini, pernyataan untuk variabel risiko kinerja merupakan pernyataan negatif sehingga skor penilaian berlawanan dengan pernyataan positif, di dalam pernyataan positif skor tertinggi adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5 sedangkan skor terendah adalah Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1 sedangkan di dalam pernyataan negatif skor tertinggi adalah Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 5 dan skor terendah adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai 1.

Semakin tinggi kategori risiko kinerja dalam penelitian ini semakin baik pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan responden tidak sependapat dengan pernyataan tersebut.

2. Variabel Terikat/*Dependent Variable (Y)*

Keputusan Pembelian

Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama dengan konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini. Itu semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu, tetapi tidak tahu apa yang harus dilakukan.

Keputusan pembelian diukur dengan indikator menurut Kotler (2004).

a. Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan adalah tahapan pertama proses keputusan pembeli, dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan.

b. Pencarian informasi

Pencarian informasi adalah tahap proses keputusan pembeli, dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.

c. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah tahap proses keputusan pembeli, dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Tetapi ada dua faktor yang dapat mempengaruhi maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor keadaan yang tidak terduga.

e. Perilaku pasca pembelian

Tahap proses keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan mereka atau ketidakpuasan mereka.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada responden yang tinggal di Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian produk secara *online* di tokopedia.com lebih dari satu kali. Dimulai pada bulan Maret - April 2015 di Yogyakarta.

D. Populasi dan Sample Penelitian

1. Populasi

Cooper dan Schindler (2006: 112) mendefinisikan pengertian populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen dimana kita akan menarik beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Kota Yogyakarta.

2. Sampel

Menurut Sekaran (2006: 123) sampel (*sample*) adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *non probability sampling*, karena besarnya elemen peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Purposive sampling (judgmental)*. Menurut Saunders (2009: 237-239) *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan penilaian pribadi terhadap responden yang paling memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian kita sesuai dengan tujuan penelitian. Sedangkan menurut Zikmund (2009: 396) *Purposive sampling* adalah sebuah teknik pemilihan sampel dimana seorang individu memilih sampel berdasarkan penilaian pribadi mengenai beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel. Kriteria utama pemilihan sampel di dalam penelitian ini adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di

Yogyakarta yang telah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com lebih dari satu kali.

Roscoe (1975) dalam Sekaran (2006: 160) memberikan pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

- a. Sebaiknya ukuran sampel di antara 30 sampai dengan 500 elemen
- b. Jika sampel dipecah lagi ke dalam subsampel (laki-laki/perempuan, SD/SLTP/SMU, dan sebagainya) jumlah minimum subsampel harus 30.
- c. Pada penelitian multivariate (termasuk analisis regresi multivariate) ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel bisa antara 10 s/d 20 elemen.

Ferdinand (2006: 51) menyatakan bahwa bila ukuran sampel terlalu besar maka model menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan *goodness of fit* yang baik. Untuk itu disarankan ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah *variable manifest* (indikator) dari keseluruhan variabel laten. Dalam penelitian ini, jumlah indikator penelitian sebanyak 27 sehingga jumlah sampel minimum adalah 5 kali jumlah indikator atau sebanyak $5 \times 27 = 135$ dan sampel maksimum adalah 270.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah menggunakan metode kuesioner yaitu metode pengambilan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan seperti dalam bentuk wawancara atau dalam bentuk kuesioner yang berhubungan dengan tema yang diteliti. Selain menggunakan kuesioner biasa penelitian ini juga menggunakan kuesioner *online* untuk mengumpulkan data, metode ini menggunakan fasilitas *e-mail* dan *google spreadsheet* untuk menyebarluaskan kuesioner.

Tipe pertanyaan pada kuesioner adalah pertanyaan tertutup (*closed question*). Responden diminta untuk membuat pilihan dari serangkaian alternatif jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Alternatif jawaban yang terdapat dalam kuesioner merupakan pengembangan dari setiap item dalam variabel penelitian.

Kelebihan pertanyaan tertutup adalah memberi kemudahan pada responden dalam menjawab dengan memutuskan salah satu alternatif jawaban yang diberikan. Selain itu, tipe pertanyaan ini memudahkan peneliti dalam analisis data. Kekurangan tipe pertanyaan tertutup adalah responden tidak memiliki kesempatan untuk memberikan komentar tambahan karena jawaban hanya terbatas pada pilihan yang diberikan oleh peneliti.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh para responden penelitian. Penyusunan angket berdasar atas konstruk teoritik yang telah disusun sebelumnya.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	No.item
1.	Keamanan Park dan Kim (2006) Raman Arasu dan Viswanathan (2011) Aburrahman Adi Sukma (2012)	Keamanan diartikan sebagai kemampuan toko <i>online</i> dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data.	Jaminan keamanan Kerahasiaan data	1, 2, 3 4, 5, 6, 7
2.	Kemudahan Davis (1989)	Kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan	Mudah dipelajari Dapat dikontrol Jelas dan dapat dimengerti Fleksibel Mudah menjadi mahir Mudah digunakan	8, 9 10 11 12 13 14

		tidak memerlukan usaha keras dari pemiliknya.		
3.	Risiko Kinerja Peter dan Tarpey (1975) Bo Dai, Sandra Forsythe, dan Wi-Suk Kwon (2014)	Risiko produk atau risiko kinerja didefinisikan sebagai kemungkinan kegagalan produk untuk memenuhi persyaratan kinerja awal yang ditujukan	Kesulitan dalam menilai kualitas produk Kesulitan dalam membandingkan produk serupa Produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai dengan yang diharapkan	15 16 17
4.	Keputusan Pembelian Kotler dan Armstrong (2004)	Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk	Pengenalan masalah Pencarian informasi Evaluasi alternatif Keputusan pembelian Perilaku pasca pembelian	18 19, 20 21, 22 23, 24 25, 26, 27

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010: 93). Di dalam penelitian ini terdapat pernyataan positif dan negatif masing-masing penilaian untuk kedua pernyataan tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 3.2 Skor Kuesioner

Keterangan	Skor	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

F. Uji Coba Instrumen

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data.

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner disebut valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu menguraikan hal yang akan diukur dari sebuah kuesioner tersebut (Ghozali, 20011: 52).

Alat uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Untuk memudahkan dalam

melakukan uji validitas, maka digunakan analisis faktor yang ada pada program komputer SPSS 13.0. Kriteria pada uji validitas menurut Ghazali (2011: 58), suatu instrumen dikatakan valid apabila hasil dari uji *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) menunjukkan nilai *factor loading* lebih dari 0,50 dan tidak mengukur konstruk lain.

Hasil *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) dan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan 50 responden ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,673
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df Sig.	1405,105 351 ,000

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2015

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, diketahui bahwa nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) lebih besar dari 0,50 yaitu sebesar 0,673. Dengan demikian menunjukkan bahwa data layak untuk dilakukan faktor analisis. Pada hasil *Bartlett's Test of Sphericity* diketahui taraf signifikansi 0,000 yang berarti bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikansi $< 0,05$). Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa semua variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena memenuhi kriteria.

Tabel 3.4 Rotated Component Matrix

	Rotated Component Matrix				a
	1	2	3	4	
Keamanan1			,713		
Keamanan2			,831		
Keamanan3			,936		
Keamanan4			,931		
Keamanan5			,906		
Keamanan6			,484		
Keamanan7			,712		
Kemudahan1		,711			
Kemudahan2		,687			
Kemudahan3		,920			
Kemudahan4		,840			
Kemudahan5		,830			
Kemudahan6		,942			
Kemudahan7		,902			
Risiko1				,904	
Risiko2				,918	
Risiko3				,900	
Keputusan1	,599				
Keputusan2	,741				
Keputusan3	,708				
Keputusan4	,758				
Keputusan5	,797				
Keputusan6	,895				
Keputusan7	,850				
Keputusan8	,489				
Keputusan9	,853				
Keputusan10	,829				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa item pertanyaan mengelompok sesuai dengan indikatornya, namun item kelompok 6 pada variabel keamanan dinyatakan gugur karena memiliki nilai *factor loadings* di bawah 0,5 yaitu 0,484 dan item kelompok 8 pada variabel keputusan

pembelian juga dinyatakan gugur karena memiliki nilai *factor loadings* di bawah 0,5 yaitu 0,489, sedangkan item pertanyaan yang lain dinyatakan valid. Setelah item kelompok 6 pada variabel keamanan dan item kelompok 8 pada variabel keputusan pembelian dinyatakan gugur, maka dilakukan pengujian kembali dan diketahui nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) tahap 2 sebagai berikut.

Tabel 3.5 Hasil KMO dan Bartlett's Test (Tahap 2)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,674
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df Sig.	1338,172 300 ,000

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2015

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, diketahui bahwa nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) lebih besar dari 0,5 yaitu sebesar 0,674. Dengan demikian menunjukkan bahwa data layak untuk dilakukan faktor analisis. Pada hasil *Bartlett's Test of Sphericity* diketahui taraf signifikansi 0,000 yang berarti bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikansi $< 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena memenuhi kriteria.

Setelah dua item pertanyaan dinyatakan gugur dan dilakukan pengujian kembali, diketahui bahwa semua item pernyataan pada masing-masing variabel mengelompok menjadi satu dan memiliki nilai *factor loadings* lebih dari 0,5 pada tiap item pernyataannya. Hasil *Rotated Component Matrix* tahap 2 terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.6 Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Keamanan1			,724	
Keamanan2			,853	
Keamanan3			,944	
Keamanan4			,940	
Keamanan5			,908	
Keamanan7			,648	
Kemudahan1		,709		
Kemudahan2		,671		
Kemudahan3		,923		
Kemudahan4		,854		
Kemudahan5		,838		
Kemudahan6		,949		
Kemudahan7		,908		
Risiko1				,905
Risiko2				,920
Risiko3				,900
Keputusan1	,648			
Keputusan2	,754			
Keputusan3	,688			
Keputusan4	,739			
Keputusan5	,821			
Keputusan6	,911			
Keputusan7	,870			
Keputusan9	,847			
Keputusan10	,826			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2015

Berdasarkan hasil uji *Confirmatory Factor Analyze* (CFA) tahap 2, diketahui bahwa semua item telah mengelompok sesuai dengan indikatornya. Semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai *factor loadings* yang didapat lebih dari 0,50.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian pengukuran tanpa bias (Sekaran, 2006: 182). Menurut Ghazali (2006: 41), reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Di sini seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- b. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Di sini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Nunnally, 1994). Hasil uji reliabilitas kuesioner disajikan pada tabel 3.7.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keamanan	0.933	Reliabel
Kemudahan	0.937	Reliabel
Risiko Kinerja	0.914	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.929	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2015

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dan empat variabel yang akan diteliti adalah reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu data hasil penelitian. Analisis ini memberikan penjelasan tentang subjek yang dibahas tanpa menggunakan perhitungan angka. Analisis statistik deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas, yaitu dalam bentuk angka persentase. Pada umumnya, tampilan analisis statistik deskriptif berupa nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi.

Dalam mengidentifikasi kecenderungan tiap-tiap variabel digunakan nilai rerata dan standar deviasi dari semua objek dalam tiap

variabel. Identifikasi dikelompokkan sebagai berikut (Saifuddin Azwar, 2011: 108).

- a) Tinggi $= X \geq (M + SD)$
- b) Sedang $= (M - SD) \leq X < (M + SD)$
- c) Rendah $= X < (M - SD)$

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian dikumpulkan dan diolah dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pernyataan berdasarkan skala *likert*.

2. Pengujian Prasyarat Analisis

Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum uji hipotesis, yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolineritas, dan uji heteroskedestisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012: 160). Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual digunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

Normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel. Jika signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan bahwa distribusi data normal.

b. Uji Liniearitas

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier (Ghozali, 2011: 166). Dikatakan linier jika kenaikan skor variabel bebas diikuti kenaikan skor variabel terikat. Uji linieritas ini dilakukan dengan menggunakan garis regresi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria yang digunakan jika F hitung lebih besar dari F tabel berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat tidak linier. Sedangkan jika F hitung lebih kecil dari F tabel berarti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011: 105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksinya yaitu dengan cara menganalisis nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan VIF di bawah angka 10 maka regresi bebas dari multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011: 139). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya kurang dari 0,05.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Gujarati, 2003). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen.

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- X₁ = Keamanan
- X₂ = Kemudahan
- X₃ = Risiko kinerja
- b₁,b₂,b₃ = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel
- e = error

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel indepeden (keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut.

1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

- a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima, sebaliknya H_a ditolak.

b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

2) Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel:

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1) $H_0: \beta_1 \leq 0$, artinya variabel keamanan (X_1) tidak berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

$H_a: \beta_1 > 0$, artinya variabel keamanan (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2) $H_0: \beta_2 \leq 0$, artinya variabel kemudahan (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

$H_a: \beta_2 > 0$, artinya variabel kemudahan (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

3) $H_0: \beta_3 \leq 0$, artinya variabel risiko kinerja (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

$H_a: \beta_3 > 0$, artinya variabel risiko kinerja (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:
 - a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- 2) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:
 - a) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.
 - b) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

Rumusan hipotesis untuk uji F adalah sebagai berikut:

- 1) $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, artinya keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- 2) $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, artinya keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2011: 97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

d. Analisis SE dan SR

Menurut Sutrisno Hadi (2004: 36) sumbangan relatif dan sumbangan efektif bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis SE dan SR dilakukan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan pada pengguna tokopedia.com (*toppers*) yang tinggal di Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com lebih dari satu kali. Hasil penelitian yang terkumpul diolah dan dianalisis pada bab ini.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, analisis regresi, dan pengujian hipotesis. Analisis ini digunakan sesuai dengan perumusan model dan permasalahan yang ada. Selain analisis tersebut, pada bab ini akan disajikan karakteristik responden, pengkategorian variabel penelitian, pengujian prasyarat analisis, dan pembahasan.

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Analisis Deskriptif Berdasarkan Karakteristik Responden

Proses penelitian dilakukan pada bulan Maret 2015 dengan responden adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com lebih dari satu kali. Sampel penelitian yang diambil adalah sejumlah 135 orang, sesuai dengan batas penentuan sampel menurut Hair. Responden memiliki

karakteristik yang beragam jika ditinjau dari jenis kelamin, usia, dan frekuensi pemakaian internet per hari.

1) Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	75	55.6
2	Perempuan	60	44.4
	Jumlah	135	100

Sumber : Data Primer, 2015

2) Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 21 tahun	11	8.1
2	21 - 30 tahun	112	83.0
3	31 - 40 tahun	10	7.4
4	> 40 tahun	2	1.5
	Jumlah	135	100

Sumber: Data Primer, 2015

Karakteristik responden berdasarkan usianya diklasifikasikan ke dalam empat kelompok. Pengelompokan dilakukan guna

mempermudah dalam mendeskripsikan data. Dari 135 responden yang terbanyak adalah kelompok usia 21–30 tahun yaitu sebanyak 112 responden (83%). Sedangkan kelompok usia dengan jumlah terendah yaitu kelompok usia > 40 tahun sebanyak 2 orang (1,5%).

3) Lamanya Menggunakan Internet

Karakteristik responden berdasarkan lamanya menggunakan internet dalam satu hari yang diperoleh dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Internet

No	Lama Penggunaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 2 jam	9	6.7
2	2 - 3 jam	43	31.9
3	> 3 jam	83	61.5
Jumlah		135	100

Sumber: Data Primer, 2015

Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan internet diklasifikasikan menjadi tiga kelompok guna mempermudah dalam mendeskripsikan data. Dari 135 responden, lamanya menggunakan internet terbanyak per hari adalah kelompok lama penggunaan > 3 jam yaitu sebanyak 83 responden (61,5%). Sedangkan kelompok dengan jumlah terendah adalah kelompok lama penggunaan < 2 jam yaitu sebanyak 9 responden (6,7%).

b. Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel

Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu tentang keamanan, kemudahan, risiko kinerja, dan keputusan pembelian. Deskripsi data yang disajikan meliputi minimum, maximum, mean (M) dan standar deviasi (SD). Penentuan kategori kecenderungan dari tiap-tiap variabel didasarkan pada kategori menurut Saifudin Azwar (2011: 108) sebagai berikut:

- 1) Tinggi $= X \geq (M + SD)$
- 2) Sedang $= (M - SD) \leq X < (M + SD)$
- 3) Rendah $= (M - SD) > X$

Data yang diperoleh dari jawaban responden dapat dideskripsikan dalam tiga kelompok kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pengkategorian tersebut didasarkan pada nilai mean dan standar deviasi pada variabel tersebut, yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 4.4 Data Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keamanan	135	10,00	30,00	22,2148	4,38005
Kemudahan	135	18,00	34,00	25,8148	2,94523
Risiko_Kinerja	135	5,00	15,00	10,1852	2,40393
Keputusan_Pembelian	135	21,00	43,00	31,8889	4,03283
Valid N (listwise)	135				

Sumber: Data Primer, 2015

Perhitungan berdasarkan nilai mean dan standar deviasi ideal adalah sebagai berikut.

1) Keamanan

Hasil uji deskriptif pada variabel keamanan diperoleh nilai minimum sebesar 10; nilai maksimum sebesar 30,00; mean sebesar 22,2148; dan standar deviasi sebesar 4,38005. Selanjutnya data keamanan dikategorikan dengan menggunakan skor rata-rata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pernyataan untuk variabel keamanan terdiri dari 6 pernyataan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel keamanan disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5
Kategorisasi Variabel Keamanan (X₁)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi (orang)	Percentase (%)
Tinggi	$X \geq 26,59$	24	17,8
Sedang	$17,83 \leq X < 26,59$	98	72,6
Rendah	$X < 17,83$	13	9,6
Jumlah		135	100

Sumber: Data Primer, 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 24 responden (17,8%) memberikan penilaian terhadap variabel keamanan dalam kategori tinggi. Sebanyak 98 responden (72,6%) memberikan penilaian terhadap variabel keamanan dalam kategori sedang, dan sebanyak 13 responden (9,6%) memberikan penilaian terhadap variabel keamanan dalam kategori rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel keamanan dalam kategori sedang, sehingga dapat

disimpulkan bahwa *toppers* menganggap keamanan yang ada di tokopedia.com telah dikelola dengan cukup baik dan cukup mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2) Kemudahan

Hasil analisis deskriptif pada variabel kemudahan diperoleh nilai minimum sebesar 18,00; nilai maksimum sebesar 34,00; mean sebesar 25,8148; dan standar deviasi sebesar 2,94523. Selanjutnya data kemudahan dikategorikan dengan menggunakan skor rata-rata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pernyataan untuk variabel kemudahan terdiri dari 7 pernyataan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel kemudahan disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6
Kategorisasi Variabel Kemudahan (X₂)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi (orang)	Percentase (%)
Tinggi	$X \geq 28,76$	24	17,8
Sedang	$22,87 \leq X < 28,76$	96	71,1
Rendah	$X < 22,87$	15	11,1
Jumlah		135	100

Sumber: Data Primer, 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 24 responden (17,8%) memberikan penilaian pada variabel kemudahan dalam kategori tinggi. Sebanyak 96 responden (71,1%) memberikan penilaian terhadap variabel kemudahan dalam kategori sedang, dan sebanyak 15 responden (11,1%) memberikan penilaian terhadap variabel kemudahan dalam kategori

rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel kemudahan dalam kategori sedang, sehingga dapat disimpulkan *toppers* menganggap kemudahan dalam transaksi di tokopedia.com cukup baik dan mempengaruhi keputusan pembelian.

3) Risiko Kinerja

Hasil analisis deskriptif pada variabel risiko kinerja diperoleh nilai minimum sebesar 5,00; nilai maksimum sebesar 15,00; mean sebesar 10,1852; dan standar deviasi sebesar 2,40393. Selanjutnya data risiko kinerja dikategorikan dengan menggunakan skor rata-rata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pernyataan untuk variabel risiko kinerja terdiri dari 3 pernyataan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel risiko kinerja disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.7
Kategorisasi Variabel Risiko Kinerja (X₃)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 12,59$	23	17,0
Sedang	$7,78 \leq X < 12,59$	94	69,6
Rendah	$X < 7,78$	18	13,3
Jumlah		135	100

Sumber: Data Primer, 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 23 responden (17,0%) memberikan penilaian terhadap variabel risiko kinerja dalam kategori

tinggi. Sebanyak 94 responden (69,6%) memberikan penilaian terhadap variabel risiko kinerja dalam kategori sedang dan sebanyak 18 responden (13,3%) memberikan penilaian terhadap variabel risiko kinerja dalam kategori rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel risiko kinerja dalam kategori sedang, sehingga dapat disimpulkan bahwa *toppers* tidak terlalu khawatir terhadap risiko kinerja produk yang dijual di tokopedia.com dan mendorong *toppers* untuk melakukan keputusan pembelian.

4) Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis deskriptif pada variabel keputusan pembelian diperoleh nilai mímimum sebesar 21; nilai maksimum sebesar 43; mean sebesar 31,8889; dan standar deviasi sebesar 4,03283. Selanjutnya data keputusan pembelian dikategorikan dengan menggunakan skor rata-rata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pernyataan untuk variabel keputusan pembelian terdiri dari 9 pernyataan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel keputusan pembelian disajikan pada tabel 4.8 berikut ini.

Tabel 4.8
Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Kategori	Interval Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 35,92$	31	23,0
Sedang	$27,86 \leq X < 35,92$	86	63,7
Rendah	$X < 27,86$	18	13,3
Jumlah		135	100

Sumber: Data Primer, 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 31 responden (23,0%) memberikan penilaian terhadap variabel keputusan pembelian dalam kategori tinggi. Sebanyak 86 responden (63,7%) memberikan penilaian pada variabel keputusan pembelian dalam kategori sedang dan sebanyak 18 responden (13,3%) memberikan penilaian terhadap variabel keputusan pembelian dalam kategori rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel keputusan pembelian dalam kategori sedang dan dapat disimpulkan bahwa konsumen menganggap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian memberikan pengaruh pada keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

2. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis.

Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji prasyarat analisis menggunakan program SPSS

13.0. Hasil uji prasyarat analisis disajikan berikut ini.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel independen dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011). Salah satu cara untuk mengetahui kenormalan distribusi data adalah dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari 0,05 pada taraf signifikansi *alpha* 5%, maka menunjukkan distribusi data normal. Hasil uji normalitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keamanan	Kemudahan	Risiko_Kinerja	Keputusan_Pembelian
N		135	135	135	135
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22,2148	25,8148	10,1852	31,8889
	Std. Deviation	4,38005	2,94523	2,40393	4,03283
Most Extreme Differences	Absolute	,090	,083	,099	,100
	Positive	,090	,083	,078	,065
	Negative	-,072	-,073	-,099	-,100
Kolmogorov-Smirnov Z		1,045	,965	1,154	1,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,225	,309	,139	,137

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer, 2015

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas dapat disimpulkan bahwa data penelitian masing-masing variabel berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak (Ghozali, 2011: 166). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil uji linieritas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Keamanan terhadap Keputusan Pembelian	0,179	Linier
Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian	0,135	Linier
Risiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian	0,290	Linier

Sumber: Data Primer, 2015

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas, diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki hubungan yang linier dengan variabel dependen. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda (Ghozali, 2011). Alat statistik yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah nilai *tolerance* dan *variance*

inflation factor (VIF). Apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji prasyarat multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Keamanan	0,694	1,442	Tidak terjadi multikolinieritas
Kemudahan	0,717	1,396	Tidak terjadi multikolinieritas
Risiko Kinerja	0,832	1,202	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Primer, 2015

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varian berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 139). Salah satu cara untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah menggunakan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan cara melakukan regresi variabel independen dengan nilai absolut dari residualnya. Jika variabel independen signifikan secara statistik memengaruhi variabel dependen maka ada indikasi

terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Kesimpulan
Keamanan	0,699	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan	0,775	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Risiko Kinerja	0,995	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer, 2015

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terkait pengaruh variabel keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi berganda dipilih untuk menganalisis pengajuan hipotesis dalam penelitian ini. Berikut ini akan dibahas hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 13.0.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	t-hitung	t-tabel	Sig.	Kesimpulan
Keamanan (X_1)	0,268	4,184	1,984	0,000	Signifikan
Kemudahan (X_2)	0,635	6,776	1,984	0,000	Signifikan
Risiko Kinerja (X_3)	-0,295	-2,767	1,984	0,006	Signifikan
Konstanta = 12,553					
<i>Adjusted R²</i> = 0,551					
F-hitung = 55,708					
Sig. = 0,000					

Sumber: Data Primer, 2015

Persamaan regresi berganda berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = 12,553 + 0,268X_1 + 0,635X_2 - 0,295X_3 + e$$

Keterangan:

- 1) Nilai konstanta sebesar 12,553 berarti bahwa jika variabel keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja sama dengan nol, maka pengambilan keputusan pembelian adalah sebesar 12,553.
- 2) Nilai koefisien beta pada variabel keamanan sebesar 0,268 yang berarti bahwa setiap perubahan pada variabel keamanan (X_1) sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan keputusan pembelian sebesar 0,268 satuan. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel keamanan akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,268 dengan asumsi-asumsi lain adalah tetap.
- 3) Nilai koefisien beta pada variabel kemudahan sebesar 0,635 berarti bahwa setiap perubahan pada variabel kemudahan (X_2) sebesar satu satuan akan

mengakibatkan perubahan keputusan pembelian sebesar 0,635 satuan. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel kemudahan akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,635 dengan asumsi-asumsi lain adalah tetap.

- 4) Nilai koefisien beta pada variabel risiko kinerja sebesar -0,295 yang berarti bahwa setiap perubahan pada variabel risiko kinerja (X_3) sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan keputusan pembelian sebesar 0,295 satuan. Sebaliknya penurunan satu satuan pada risiko kinerja akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,295 dengan asumsi-asumsi lain adalah tetap.

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Jika signifikansi t hitung lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima yang artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Penjelasan untuk uji t pada masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut:

1) Keamanan

Keamanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada variabel keamanan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,268. Sedangkan nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 4,184 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,984. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian” dinyatakan **diterima**.

2) Kemudahan

Kemudahan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada variabel kemudahan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,635. Sedangkan nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 6,776 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,984. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian” dinyatakan **diterima**.

3) Risiko Kinerja

Risiko kinerja memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,006. Dari hasil uji t pada variabel risiko kinerja menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,295. Sedangkan nilai t-hitung yang diperoleh yaitu -2,767 yang kemudian diabsolutkan menjadi 2,767 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,984.

Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “risiko kinerja berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian” dinyatakan **diterima**.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Jika signifikansi F hitung lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Dari hasil uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 55,708 dan nilai F-tabel sebesar 2,687. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 dan nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel ($55,708 > 2,687$), maka hipotesis yang menyatakan “keamanan, kemudahan dan risiko kinerja secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian” dinyatakan **diterima**.

c. *Adjusted R²*

Hasil uji *Adjusted R²* pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,551 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 55,1%, sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

d. Uji SE dan SR

Hasil uji SE dan SR dalam penelitian ini menunjukkan variabel kemudahan merupakan faktor yang dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian secara online di tokopedia.com. Hasil uji SE dan SR ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.14 Hasil Uji SE dan SR

Model	Coefficients ^a		
	Contribution		Relative
	Effective	Relative	
1	Keamanan	17,2%	30,8%
	Kemudahan	31,1%	55,5%
	Risiko_Kinerja	7,7%	13,8%
	Total	56,1%	100,0%

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2015

Pada tabel 4.14 hasil uji SE dan SR menunjukkan variabel kemudahan merupakan faktor yang dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. hal ini ditunjukkan oleh besarnya sumbangan efektif dari variabel kemudahan sebesar 31,1% dan sumbangan relatif sebesar 55,5%

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. Faktor-faktor tersebut terbatas pada faktor keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja. Keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja dalam penelitian ini berpengaruh baik

secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian.

1. Keamanan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Keamanan transaksi *online* terus mendominasi diskusi tentang *e-commerce* (Elliot dan Fowel, 2000; Liao dan Cheung, 2001; Szymanski dan Hise, 2000). Konsumen merasa prihatin tentang pengungkapan informasi pribadi dan keuangan (Maholtra, Kim, dan Agarwal: 2004). Sementara situs belanja *online* yang paling memberikan kebijakan perlindungan privasi informasi pribadi dan jaminan keamanan untuk transaksi, mereka tidak menawarkan informasi rinci tentang bagaimana transaksi dan data pribadi dijamin (Gauzente, 2004).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa keamanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada variabel keamanan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,268. Sedangkan nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 4,184 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,984. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian” dinyatakan **diterima**.

24 responden (17,8%) memberikan penilaian terhadap variabel keamanan dalam kategori tinggi. Sebanyak 98 responden (72,6%) memberikan penilaian terhadap variabel keamanan dalam kategori sedang, dan sebanyak 13 responden (9,6%) memberikan penilaian terhadap variabel keamanan dalam kategori rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa

sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel keamanan dalam kategori sedang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Raman Arasu dan Viswanathan (2011) yang berjudul “*Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*” yang menunjukkan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan positif dan signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian *online*.

2. Kemudahan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kemudahan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada variabel kemudahan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,635. Sedangkan nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 6,776 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,984. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen” dinyatakan **diterima**.

24 responden (17,8%) memberikan penilaian pada variabel kemudahan dalam kategori tinggi. Sebanyak 96 responden (71,1%) memberikan penilaian terhadap variabel kemudahan dalam kategori sedang, dan sebanyak 15 responden (11,1%) memberikan penilaian terhadap variabel kemudahan dalam kategori rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel kemudahan dalam kategori sedang. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Moch Suhir, Imam Suyadi, dan Riyadi (2014) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*”. Pada penelitian dengan responden pengguna situs *website* www.kaskus.co.id, peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa kemudahan mempunyai hubungan positif terhadap keputusan pembelian secara *online*.

3. Risiko Kinerja Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Chen dan Qin (2007) dalam Arwiedya (2011: 43), risiko kinerja adalah risiko produk palsu atau produk rusak dan produk tidak sesuai dengan publisitas. Lebih lanjut Chen dan Qin menyatakan bahwa ketika konsumen memutuskan membeli secara online hal yang mereka khawatirkan adalah produk yang tidak sesuai dengan publisitas dan produk yang palsu dan rusak konsumen yang memilih hal ini adalah 77,4% dengan kata lain risiko kinerja adalah risiko yang paling dikhawatirkan terjadi oleh pelanggan ketika memutuskan melakukan pembelian pada toko *online*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa risiko kinerja memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,006. Dari hasil uji t pada variabel kemudahan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,295 yang diabsolutkan menjadi 0,295. Sedangkan nilai t-hitung yang diperoleh yaitu -2,767 yang kemudian diabsolutkan menjadi 2,767 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,984. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “risiko kinerja berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen” dinyatakan **diterima**.

Hasil analisis deskriptif pada variabel risiko kinerja, sebanyak 23 responden (17,0%) memberikan penilaian terhadap variabel risiko kinerja dalam kategori tinggi. Sebanyak 94 responden (69,6%) memberikan penilaian terhadap variabel risiko kinerja dalam kategori sedang dan sebanyak 18 responden (13,3%) memberikan penilaian terhadap variabel risiko kinerja dalam kategori rendah. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel risiko kinerja dalam kategori sedang. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Forsythe dan Shi dalam penelitiannya yang berjudul “*Consumer Patronage and risk perceptions in Internet shopping*” menemukan bahwa risiko produk atau risiko kinerja mempunyai pengaruh secara signifikan pada frekuensi pembelian secara *online*.

4. Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja secara Simultan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F-hitung sebesar 55,708 dan nilai F-tabel sebesar 2,687. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel ($55,708 > 2,687$), maka hipotesis yang menyatakan “keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian” dinyatakan **diterima**.

Hasil uji *Adjusted R²* pada penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,551 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 55,1%, sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil uji SE dan SR menunjukkan variabel kemudahan merupakan faktor yang dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. hal ini ditunjukkan oleh besarnya sumbangan efektif dari variabel kemudahan sebesar 31,1% dan sumbangan relatif sebesar 55,5%

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,268 dan nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,000 ($sig < 0,05$). Nilai t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,184 > 1,984$.
2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,635 dan nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,000 ($sig < 0,05$). Nilai t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} yaitu $6,776 > 1,984$.
3. Risiko kinerja berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,295 dan nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,006 ($sig < 0,05$). Nilai t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,767 > 1,984$.
4. Keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$). Nilai F_{hitung} yang diperoleh yaitu 55,708 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,687 ($55,708 > 2,687$).

5. Besarnya *Adjusted R²* pada penelitian ini sebesar 0,551. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja sebesar 55,1%, sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
6. Hasil uji SE dan SR menunjukkan variabel kemudahan merupakan faktor yang dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. hal ini ditunjukkan oleh besarnya sumbangan efektif dari variabel kemudahan sebesar 31,1% dan sumbangan relatif sebesar 55,5%

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Tokopedia.com

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh PT Tokopedia sebagai berikut.

- a. Dalam penelitian ini keamanan yang terdiri dari indikator jaminan keamanan dan kerahasiaan data, diharapkan perusahaan dapat memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan data yang memadai. Karena keamanan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.
- b. Dalam penelitian ini kemudahan yang terdiri dari indikator mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dimengerti, fleksibel, mudah menjadi mahir, dan mudah digunakan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian

secara *online* di tokopedia.com. Sehingga diharapkan tokopedia.com dapat mengupayakan pembenahan sistem yang ada supaya pengguna (*toppers*) tidak merasa kesulitan untuk mengikuti proses transaksi yang harus dijalani.

c. Di dalam penelitian ini risiko kinerja yang terdiri dari indikator kesulitan menilai kualitas produk, kesulitan membandingkan produk serupa, dan produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*. Sehingga diharapkan tokopedia.com dapat mengupayakan adanya kontrol terhadap penjual dan dapat menemukan penyelesaian masalah yang lebih baik terkait dengan risiko kinerja yang terjadi di tokopedia.com untuk meminimalisasi kekhawatiran pengguna (*toppers*) mengenai risiko kinerja yang mungkin terjadi di tokopedia.com.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Besarnya faktor keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian adalah 55,1% dan 44,9% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diupayakan semaksimal mungkin, namun masih terdapat banyak keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Penelitian ini masih belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com secara keseluruhan. Karena baru menemukan 55,1% dari faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian tersebut, sehingga masih terdapat 44,9% dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com lebih dari satu kali. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya dari peneliti.
3. Jenis *marketplace* yang diteliti dalam penelitian ini hanya terbatas pada tokopedia.com. Dengan demikian, hasil penelitian ini hanya terbatas dan berlaku pada kajian tokopedia.com dan tidak dapat diterapkan pada keputusan pembelian pada jenis *marketplace* yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D. A., Ryan Nelson., & Peter A. Todd. (1992). “*Percieved usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication*”. *MIS Quarterly*, 16, 227-250.
- Arwiedya, Mochamad Ridzky. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Risiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifuddin. (2011). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Chao-Min Chiu et all. (2012). “*Understanding customers' repeat purchase intentions inB2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value andperceived risk*”. *Information Systems Journal* 24, 85-114.
- Chung Hoon, Park & Kim Young-Gul. (2006). “*The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers' online shopping site commitments*”. *Journal of Electronic Commerce in Organizations* (4), 70-90.
- Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Media Global.
- Dai, Bo, Sandra Forsythe, & Wi-Suk Kwon. (2014). “*The Impact of Online Shopping Experience on Risk Perceptions and Online Purchase Intentions: Does Produk Category Matter?*”, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 15 (1).
- Davis, Fred D. (1989). “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”. *MIS Quarterly* Vol 13 (3): 319-340.
- Elliot, S., & Fowel, S. (2000). “*Expectations versus reality: A Snapshot of Consumer experiences with internet retailing*”. *International Journal of Information Management*, Vol 20: 323-336.

- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Forsythe, S. M. & B. Shi. (2003). “*Consumer Patronage and Risk Perceptions in Internet Shopping*”. *Journal of Electronic Commerce Research*. Vol 5 (3): 181-198.
- Gauzente, C. (2004). “*Web merchant’s privacy and security statement: How reassuring are they customers? Two sided approach*”, *Journal of Electronic Commerce Research*. Vol 5 (3): 181-198.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19. Ed. 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. (2003). *Ekonometrika Dasar: Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Igbraria, M., A. Chakrabarti. (2000). “*Computer Anxiety and Attitudes Towards Microcomputer Use*”. *Behaviour Inform. Tech.* 9(3) 229-241.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2004). “*Principles of Marketing*”. 10th Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). “*Marketing Management*”. 13rd Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laudon, Kenneth C., & Laudon, Jane P. (2007). *Sistem Informasi Manajemen Edisi Ke-10*. Terjemahan Christian Sungkono dan Machmudin Eka P. Jakarta: Salemba Empat.

- Liao, Z., & Cheung, M. T. (2001). "Internet based e-shopping and consumer attitudes: An Empirical Study". *Information Management*, 38, 299-306.
- Maholtra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. (2004). "Internet users' information privacy concern (IUIPC). The construct the scale, and a causal model". *Information System Research*, 15 (4), 336-355.
- Mowen, J.C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Pavlou, P. A. (2010). "Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model". *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7 (3).
- Peter, J. P. & L. X. Tarpey. (1975) "A Comprehensive Analysis of Three Consumer Decision Strategies", *Journal of Consumer Research*, Vol. 2: 29-37.
- Raman, Arasu., & Viswanathan, A. (2011). "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer". IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System, hal.54-60.
- Rofiq, Ainur. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sounders, Mark, Philip Lewis, & Adrian Thomhill. (2009). "Research Methods for Business Students". 5th Ed. London: Pearson Education.
- Schiffman, Leon G., & Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon G., Leslie Lazar Kanuk, & H. Vard Hansen. (2010). "Consumer Behaviour". 2nd Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suhari, Yohanes. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.

Suhir, Imam Suyadi, dan Riyadi. Moch. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Malang: Universitas Brawijaya.

Sunarto, Andi. (2009). *Seluk Beluk E-Commerce*. Yogyakarta: Garailmu.

Szymanski, D. M., & Hise, R. T. (2000). “*E-Satisfaction: An initial examination. Journal of Retailing*”. 76 (3). 309-322.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra, & Dadi Adriana. (2008), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zikmund, William G., Barry J. Babin, Jon C. Carr, & Mitch Griffin. (2009). “*Business Research Methods*”. 8th Ed. South-Western College Pub.

www.alexa.com diakses pada hari Senin, 27 Oktober 2014

www.apjii.or.id diakses pada hari Senin, 27 Oktober 2014

www.facebook.com/tokopedia diakses pada hari Rabu, 29 Oktober 2014

www.rimanews.com diakses pada hari Minggu, 5 April 2015

www.tokopedia.com diakses pada hari Jumat, 20 Maret 2015

www.wikipedia.com diakses pada hari Senin, 3 November 2014

LAMPIRAN

Lampiran 1
Kuesioner Penelitian

Yth. Saudara/i responden,

Saya Ainun Fika Budi Aji Saputri (10408144038), mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, DAN RISIKO KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* di TOKOPEDIA.COM (Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com)**. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan Saudara/i untuk dapat meluangkan sedikit waktu untuk mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas pengertian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Ainun Fika Budi Aji Saputri

BAGIAN I (Identitas Responden)

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

Lamanya menggunakan internet per hari (semua aktifitas yang menggunakan internet seperti *browsing, chatting, dll*)

- < 2 jam
- 2-3 jam
- >3 jam

Saya tinggal di Yogyakarta

- Ya
- Tidak

Saya pernah berbelanja di Tokopedia.com (lebih dari satu kali)

- Ya
- Tidak

BAGIAN II (Pertanyaan Penelitian)

Petunjuk Pengisian,

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan persepsi saudara/i mengenai pernyataan tersebut.

Skala respon adalah sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

KEAMANAN

No	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa Tokopedia.com menawarkan keamanan <i>online</i> yang cukup.					
2.	Saya merasa transaksi <i>online</i> di Tokopedia.com dilindungi.					
3.	Saya merasa pembayaran di Tokopedia.com aman.					
4.	Saya merasa Tokopedia.com mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah dari <i>hackers</i> .					
5.	Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Tokopedia.com.					
6.	Saya merasa Tokopedia.com dapat memberikan jaminan atas informasi data					

	pribadi yang saya berikan.				
7.	Saya yakin Tokopedia.com dapat menjaga informasi pribadi saya.				

KEMUDAHAN

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
8.	Saya belajar menggunakan situs Tokopedia.com dengan cepat.					
9.	Saya mudah mengingat bagaimana menggunakan situs Tokopedia.com.					
10.	Saya mudah mendapatkan yang saya cari di Tokopedia.com.					
11.	Saya merasa instruksi di Tokopedia.com jelas dan dapat dimengerti.					
12.	Saya merasa interaksi di Tokopedia.com bersifat fleksibel.					
13.	Semakin saya sering mengakses akan semakin mahir dalam menggunakan situs Tokopedia.com.					
14.	Saya merasa Tokopedia.com mudah diakses dan digunakan.					

RISIKO KINERJA

(Risiko kinerja yang dimaksud adalah kemungkinan produk yang dijual di Tokopedia.com tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan seperti barang cacat, barang tidak sesuai dengan yang di foto, dll)

No	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
15.	Saya merasa kesulitan untuk menilai kualitas produk yang di jual di Tokopedia.com					
16.	Saya merasa kesulitan untuk membandingkan kualitas produk serupa yang dijual di Tokopedia.com.					
17.	Saya merasa produk yang telah dibeli di Tokopedia.com kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
18.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.					
19.	Saya merasa bahwa terkadang saya melakukan pembelian karena Tokopedia.com selalu menawarkan produk yang baru sehingga membuat saya tertarik untuk membelinya.					
20.	Saya merasa saran dan opini dari orang lain					

	(pembeli sebelumnya) menumbuhkan minat saya untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com.				
21.	Saya melakukan pembelian karena puas dengan pengalaman belanja teman atau keluarga sebelumnya di Tokopedia.com.				
22.	Saya merasa harga yang sesuai kualitas produk membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com.				
23.	Saya senang melakukan pembelian di Tokopedia.com karena produk yang ditawarkan berkualitas baik.				
24.	Saya melakukan pembelian karena Tokopedia.com interaktif, dapat dipercaya, dan memiliki informasi kontak yang dapat dihubungi.				
25.	Saya berniat bertransaksi di Tokopedia.com di masa yang akan datang karena merasa puas dengan transaksi sebelumnya.				
26.	Saya melakukan pembelian di Tokopedia.com di masa yang akan datang merupakan ide yang sangat baik.				
27.	Saya merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com				

Terima kasih atas partisipasi Saudara/i

Kuesioner Penelitian (2)

Yth. Saudara/i responden,

Saya Ainun Fika Budi Aji Saputri (10408144038), mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, DAN RISIKO KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* di TOKOPEDIA.COM (Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Tokopedia.com)**. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan Saudara/i untuk dapat meluangkan sedikit waktu untuk mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas pengertian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Ainun Fika Budi Aji Saputri

BAGIAN I (Identitas Responden)

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

Lamanya menggunakan internet per hari (semua aktifitas yang menggunakan internet seperti *browsing, chatting, dll*)

- < 2 jam
- 2-3 jam
- >3 jam

Saya tinggal di Yogyakarta

- Ya
- Tidak

Saya pernah berbelanja di Tokopedia.com (lebih dari satu kali)

- Ya
- Tidak

BAGIAN II (Pertanyaan Penelitian)

Petunjuk Pengisian,

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan persepsi saudara/i mengenai pernyataan tersebut.

Skala respon adalah sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

KEAMANAN

No	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa Tokopedia.com menawarkan keamanan <i>online</i> yang cukup.					
2.	Saya merasa transaksi <i>online</i> di Tokopedia.com dilindungi.					
3.	Saya merasa pembayaran di Tokopedia.com aman.					
4.	Saya merasa Tokopedia.com mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah dari <i>hackers</i> .					
5.	Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Tokopedia.com.					
6.	Saya yakin Tokopedia.com dapat menjaga informasi pribadi saya.					

KEMUDAHAN

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
7.	Saya belajar menggunakan situs Tokopedia.com dengan cepat.					
8.	Saya mudah mengingat bagaimana menggunakan situs Tokopedia.com.					
9.	Saya mudah mendapatkan yang saya cari di Tokopedia.com.					
10.	Saya merasa instruksi di Tokopedia.com jelas dan dapat dimengerti.					
11.	Saya merasa interaksi di Tokopedia.com bersifat fleksibel.					
12.	Semakin saya sering mengakses akan semakin mahir dalam menggunakan situs Tokopedia.com.					
13.	Saya merasa Tokopedia.com mudah diakses dan digunakan.					

RISIKO KINERJA

(Risiko kinerja yang dimaksud adalah kemungkinan produk yang dijual di Tokopedia.com tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan seperti barang cacat, barang tidak sesuai dengan yang di foto, dll)

No	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
14.	Saya merasa kesulitan untuk menilai kualitas produk yang di jual di Tokopedia.com					
15.	Saya merasa kesulitan untuk membandingkan kualitas produk serupa					

	yang dijual di Tokopedia.com.				
16.	Saya merasa produk yang telah dibeli di Tokopedia.com kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan.				

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
17.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.					
18.	Saya merasa bahwa terkadang saya melakukan pembelian karena Tokopedia.com selalu menawarkan produk yang baru sehingga membuat saya tertarik untuk membelinya.					
19.	Saya merasa saran dan opini dari orang lain (pembeli sebelumnya) menumbuhkan minat saya untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com.					
20.	Saya melakukan pembelian karena puas dengan pengalaman belanja teman atau keluarga sebelumnya di Tokopedia.com.					
21.	Saya merasa harga yang sesuai kualitas produk membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com.					

22.	Saya senang melakukan pembelian di Tokopedia.com karena produk yang ditawarkan berkualitas baik.					
23.	Saya melakukan pembelian karena Tokopedia.com interaktif, dapat dipercaya, dan memiliki informasi kontak yang dapat dihubungi.					
24.	Saya melakukan pembelian di Tokopedia.com di masa yang akan datang merupakan ide yang sangat baik.					
25.	Saya merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian di Tokopedia.com					

Terima kasih atas partisipasi Saudara/i

Lampiran 2

Data Validitas dan Reliabilitas

No	Keamanan (X1)							Kemudahan (X2)							Risiko Kinerja (X3)			Keputusan Pembelian (Y)									
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	5	4	5	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	4	2	1	3	3	1	2	1	2	2
8	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	5	3	3	5	2	5	2	2
9	4	5	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	5	3	5	2	4	4
10	5	3	3	3	3	2	3	4	4	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2
11	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	4	2
12	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	3	5	5	4	4	3	3	4
13	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	3	3	1	1	2	5	2
14	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	2	2	4	4	2	2	5
15	5	5	5	5	5	2	5	4	3	4	4	4	4	4	3	1	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
16	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	3	3	5	3	4	4	4
17	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
18	5	3	3	3	3	2	3	4	4	4	1	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
19	5	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	5	5	3	5	5	5	4	5	3
20	2	3	3	3	3	2	3	5	4	5	5	1	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3
21	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	5	2	4	4	4	3	3	3
22	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	4	2	2	5	3	4	4	5	5	2	3	2	
23	3	3	4	4	5	5	5	4	3	3	2	2	4	5	1	1	1	3	5	5	4	3	4	4	4	4	
24	3	3	4	4	5	4	5	4	5	3	2	2	3	3	4	4	3	1	3	5	4	3	2	2	5	2	
25	5	2	5	4	4	2	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	
26	1	4	2	3	1	2	1	1	4	1	3	3	3	2	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	3	
27	1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	2	1	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	
28	1	2	3	3	5	1	5	1	1	5	4	3	3	3	3	2	2	5	5	4	4	4	5	2	5	5	
29	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	3	3	2	3	3	
30	3	3	1	2	1	1	1	1	1	4	3	3	1	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	
31	4	3	3	5	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	1	2	2	2	4	4	3	4	4	
32	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	
33	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	3	3	
34	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
35	4	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
36	5	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
37	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
38	2	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
39	4	2	2	2	2	4	4	1	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	
40	5	5	5	5	5	2	2	2	3	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	
41	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	2	2	2	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
42	4	5	5	5	5	2	2	3	5	5	5	5	5	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
43	5	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	5	4	4	4	5	5	5	5	
44	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	1	5	5	5	5	5	5	5	
45	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	4	4	5	4	
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	3	4	4	4	4	4	5	4	
47	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	5	3	5	
48	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	3	5	
49	2	2	2	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2	2	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	5	5	5	3	3	3	

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Tahap 1

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,673
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df Sig.	1405,105 351 ,000

Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Keamanan1			,713	
Keamanan2			,831	
Keamanan3			,936	
Keamanan4			,931	
Keamanan5			,906	
Keamanan6			,484	
Keamanan7			,712	
Kemudahan1		,711		
Kemudahan2		,687		
Kemudahan3		,920		
Kemudahan4		,840		
Kemudahan5		,830		
Kemudahan6		,942		
Kemudahan7		,902		
Risiko1				,904
Risiko2				,918
Risiko3				,900
Keputusan1	,599			
Keputusan2	,741			
Keputusan3	,708			
Keputusan4	,758			
Keputusan5	,797			
Keputusan6	,895			
Keputusan7	,850			
Keputusan8	,489			
Keputusan9	,853			
Keputusan10	,829			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Tahap 2

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,674
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df Sig.	1338,172 300 ,000

Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Keamanan1			,724	
Keamanan2			,853	
Keamanan3			,944	
Keamanan4			,940	
Keamanan5			,908	
Keamanan7			,648	
Kemudahan1		,709		
Kemudahan2		,671		
Kemudahan3		,923		
Kemudahan4		,854		
Kemudahan5		,838		
Kemudahan6		,949		
Kemudahan7		,908		
Risiko1				,905
Risiko2				,920
Risiko3				,900
Keputusan1	,648			
Keputusan2	,754			
Keputusan3	,688			
Keputusan4	,739			
Keputusan5	,821			
Keputusan6	,911			
Keputusan7	,870			
Keputusan9	,847			
Keputusan10	,826			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Lampiran 4

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

1. KEAMANAN (TAHAP 1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,920	7

2. KEAMANAN (TAHAP 2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,933	6

3. KEMUDAHAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,937	7

4. RISIKO KINERJA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	3

5. KEPUTUSAN PEMBELIAN (TAHAP 1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,920	10

6. KEPUTUSAN PEMBELIAN (TAHAP 2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	9

Lampiran 5

Data Penelitian

No	Keamanan (X1)						Kemudahan (X2)						Risiko Kinerja (X3)			Keputusan Pembelian (Y)													
	1	2	3	4	5	6	JML	1	2	3	4	5	6	7	JML	1	2	3	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	JML
1	4	4	4	4	4	5	25	2	2	4	5	4	3	4	24	2	3	2	7	3	4	4	4	3	3	4	4	4	33
2	4	4	3	4	4	4	23	3	4	4	4	4	4	4	27	3	3	3	3	9	5	4	4	4	4	4	4	4	37
3	4	4	3	3	3	4	21	2	2	3	4	5	5	5	26	4	3	3	10	3	2	2	3	3	4	3	3	4	27
4	4	3	3	2	2	2	16	4	2	4	4	5	3	3	25	3	4	3	10	4	3	3	3	4	4	3	4	32	
5	5	5	5	4	4	4	27	2	2	3	4	5	3	3	22	1	3	3	7	4	3	3	5	5	3	5	4	4	36
6	4	4	4	3	3	3	21	3	1	3	1	5	3	3	19	3	5	5	13	3	3	3	3	3	4	3	2	27	
7	4	4	4	4	5	4	25	5	4	3	3	3	4	4	26	3	4	3	10	3	4	3	3	3	4	4	3	2	29
8	1	2	3	2	1	1	10	4	3	2	3	4	3	4	23	4	3	5	12	2	3	3	4	2	3	1	3	3	24
9	4	4	4	3	1	2	18	2	3	3	3	3	3	3	20	3	4	4	11	4	3	3	2	3	3	4	2	2	26
10	4	4	4	3	3	4	22	4	2	4	5	3	4	4	26	4	5	3	12	4	3	4	3	4	4	4	4	34	
11	3	3	3	3	4	4	20	4	3	3	3	3	4	3	23	4	5	4	13	2	3	2	4	3	3	4	4	3	28
12	5	5	5	5	4	4	28	4	4	3	4	4	4	4	27	3	3	3	9	5	4	4	3	4	4	4	4	37	
13	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	3	5	4	30	3	4	3	10	4	3	4	4	4	4	5	4	37	
14	4	3	5	1	2	2	17	4	2	3	3	3	2	3	20	5	5	5	15	3	4	4	2	3	2	3	3	26	
15	4	3	4	2	2	3	18	4	4	4	2	4	4	4	26	2	5	3	10	2	4	3	4	2	2	3	4	3	27
16	4	4	2	4	4	4	22	5	3	3	2	3	3	4	23	5	4	4	13	2	2	3	4	3	3	3	4	27	
17	3	3	4	3	3	3	19	5	1	4	5	4	4	4	27	3	2	2	7	3	2	2	4	4	3	3	4	29	
18	4	3	4	2	2	3	18	4	1	3	3	5	4	5	25	2	4	3	9	4	3	2	4	3	4	4	3	30	
19	5	5	5	4	4	4	27	4	3	3	3	3	5	4	25	4	3	2	9	4	2	3	3	4	4	4	3	31	
20	3	3	3	4	3	3	19	3	3	1	3	3	5	3	21	3	4	3	10	4	3	4	3	4	3	3	3	31	
21	4	4	4	4	3	4	23	3	3	2	3	5	5	5	26	4	5	3	12	2	4	3	3	4	4	4	4	32	
22	5	5	5	5	5	5	30	3	2	3	4	3	5	5	25	3	3	3	9	3	2	3	2	4	5	4	5	32	
23	4	4	5	4	3	3	23	4	3	3	2	3	5	5	25	4	3	3	10	5	4	2	4	5	4	4	4	36	
24	5	5	5	4	3	4	26	5	5	4	4	4	4	4	30	5	3	3	11	5	3	4	4	4	4	4	4	36	
25	4	4	4	3	3	3	21	3	5	3	5	3	4	4	27	3	3	3	9	4	3	4	3	3	3	3	4	30	
26	4	4	4	3	4	4	23	4	3	4	3	4	5	5	28	3	2	4	9	4	3	4	5	3	4	4	4	35	
27	5	5	5	4	4	4	27	4	3	4	5	3	4	5	28	2	4	3	9	3	5	3	4	4	3	5	5	37	
28	5	5	5	3	4	4	26	4	4	4	4	3	4	4	27	3	2	3	8	3	2	3	4	5	4	2	3	29	
29	5	5	5	5	5	5	30	3	4	4	4	4	3	3	25	4	5	3	12	5	5	4	2	4	4	4	4	36	
30	4	3	4	4	4	3	22	4	4	3	5	4	2	2	24	2	4	3	9	3	3	4	4	3	4	4	2	29	
31	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	4	4	5	27	3	1	4	8	3	4	3	4	4	3	4	3	32	
32	4	4	5	1	2	2	18	3	3	3	4	5	1	5	24	3	2	4	9	3	4	2	2	4	4	4	4	31	
33	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	5	4	31	3	3	1	7	5	4	3	4	5	5	5	3	39	
34	4	4	4	3	3	3	21	3	3	5	3	3	4	3	24	2	2	2	6	4	4	4	2	4	3	4	4	33	
35	5	5	5	4	5	4	28	4	4	3	4	5	5	5	30	2	2	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
36	4	4	3	4	4	4	23	2	1	3	2	3	3	4	18	3	5	3	11	2	2	3	3	2	4	5	5	30	
37	2	2	2	1	1	3	11	4	3	2	3	3	4	3	22	5	5	5	15	5	3	2	5	4	2	2	3	28	
38	3	1	2	3	3	3	15	4	2	2	3	4	5	5	25	3	4	4	11	2	3	3	2	2	3	4	3	26	
39	2	2	2	1	1	3	11	3	4	4	2	3	5	4	25	4	5	3	12	4	4	3	3	4	4	3	33		
40	3	3	3	4	4	4	21	4	2	5	3	4	4	4	25	2	1	2	5	3	4	5	3	3	5	5	36		
41	3	3	3	4	4	4	21	4	2	5	3	4	4	4	26	4	5	3	12	3	4	4	4	4	4	3	4	34	
42	4	4	5	4	3	4	24	4	4	4	2	5	5	4	28	4	3	5	12	4	4	4	4	3	2	4	3	31	
43	5	5	5	3	4	4	26	3	3	3	3	5	5	5	25	4	5	4	13	3	5	3	3	2	4	4	3	30	
44	4	3	4	3	4	2	20	3	5	3	3	4	2	4	24	3	3	4	10	4	3	4	4	3	4	4	4	34	
45	4	3	4	3	4	2	20	5	3	2	5	4	2	4	25	3	4	5	12	4	4	2	4	4	4	4	4	34	
46	5	4	5	3	3	4	24	4	4	3	5	4	4	4	28	3	3	3	9	4	4	5	5	3	5	4	3	36	
47	3	4	3	2	4	4	20	5	2	3	3	4	4	4	25	3	4	3	10	4	4	4	3	3	4	3	3	33	
48	4	4	4	3	4	4	23	3	4	2	3	4	4	4	24	3	4	4	11	4	4	3	3	3	3	3	4	30	
49	4	4	3	3	3	3	20	4	3	3	3	3	4	4	24	4	3	4	11	3	4	3	3	4	4	4	4	33	
50	4	3	4	3	2	3	19	4	3	3	5	3	5	4	27	3	5	3	11	3	4	3	3	4	2	5	5	34	

51	5	5	5	3	1	2	21	4	3	2	4	4	4	4	25	3	2	4	9	4	4	3	4	5	4	4	4	36		
52	5	5	5	4	5	5	29	3	4	3	4	4	4	4	26	2	2	3	7	4	4	4	3	5	3	4	4	5	36	
53	1	2	3	3	3	3	15	5	4	2	3	3	3	3	23	1	1	3	5	4	4	4	2	4	3	4	3	4	32	
54	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	3	4	25	3	5	3	11	4	4	4	4	4	5	2	3	4	34	
55	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	5	5	29	4	2	2	8	3	3	3	5	5	4	4	5	4	36	
56	3	4	4	2	3	3	19	4	3	5	5	4	3	4	28	4	4	3	11	3	4	4	3	4	3	4	3	2	30	
57	5	5	5	4	4	4	27	5	4	4	1	3	4	4	25	3	4	4	11	3	3	2	3	4	5	3	3	4	30	
58	4	4	4	3	4	3	22	4	3	3	3	3	4	4	24	2	4	3	9	4	4	1	3	3	5	4	3	4	31	
59	3	3	2	2	2	2	14	3	3	4	4	3	3	4	24	4	4	4	12	5	4	3	3	3	3	4	3	31		
60	5	5	5	3	4	4	26	4	3	3	2	2	4	4	22	4	4	3	11	4	3	3	1	3	3	3	5	3	28	
61	3	3	4	2	2	3	17	3	2	4	4	5	4	4	26	4	4	4	12	4	3	3	2	3	5	3	3	2	28	
62	4	4	4	3	4	3	22	5	4	4	1	3	2	4	23	3	4	4	11	5	3	2	3	4	3	2	4	2	28	
63	5	3	5	3	4	4	24	3	3	4	4	3	4	4	25	3	4	3	10	5	3	4	5	3	3	5	3	34		
64	4	3	4	4	3	4	22	3	3	4	3	3	5	5	26	5	5	5	15	3	3	3	4	4	4	4	4	33		
65	4	2	3	2	4	4	19	4	3	5	4	4	4	4	28	4	5	2	11	5	3	5	3	5	3	4	4	3	35	
66	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	3	4	4	4	28	2	4	3	9	5	4	3	5	4	5	3	5	4	38	
67	3	3	3	3	3	2	17	4	3	5	4	5	3	5	29	4	2	2	8	4	3	4	3	5	5	4	2	35		
68	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	4	4	33	3	3	2	8	4	5	5	5	4	4	3	5	38		
69	3	2	4	3	4	3	19	5	3	4	4	4	3	2	25	3	2	5	10	5	3	4	4	5	3	4	3	34		
70	4	4	4	3	4	3	22	3	4	3	3	5	3	4	25	4	4	3	11	3	5	3	3	4	5	3	4	35		
71	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	5	4	4	4	28	4	5	3	12	5	4	5	3	3	4	4	4	36		
72	4	2	2	3	1	2	14	4	3	4	3	4	2	3	23	4	3	4	11	4	3	3	3	4	5	3	3	2	30	
73	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	1	5	4	5	27	4	4	4	12	3	3	3	3	3	3	2	4	28		
74	3	3	4	4	2	2	18	2	2	3	3	3	5	5	23	2	2	3	7	4	3	3	5	3	3	1	2	26		
75	3	3	3	3	3	3	18	2	3	2	3	5	3	2	20	3	5	4	12	3	3	1	4	3	4	2	3	1	24	
76	1	2	3	2	1	1	10	3	3	2	2	2	3	4	19	5	4	5	14	1	2	1	3	2	3	2	3	4	21	
77	4	4	4	4	4	4	24	5	3	4	1	5	5	5	28	3	4	3	10	4	2	3	5	4	4	3	2	5	32	
78	5	5	5	4	4	4	27	3	3	3	4	4	5	5	27	3	3	2	8	5	4	4	3	4	5	3	5	36		
79	4	4	4	2	3	2	19	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	3	11	5	3	1	3	1	5	1	2	5	26	
80	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	4	28	4	2	2	8	5	3	5	5	3	4	3	5	5	38	
81	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	3	4	4	4	25	2	3	3	8	3	4	3	3	3	3	2	4	28	
82	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	4	26	2	2	2	6	3	4	4	3	3	4	3	3	4	31	
83	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	5	5	4	4	4	27	4	5	5	14	4	3	4	3	3	2	2	4	28	
84	4	4	3	3	3	4	21	1	2	3	4	4	5	5	24	2	2	3	7	3	4	4	4	3	4	2	1	4	29	
85	2	3	4	3	2	4	18	2	1	4	4	5	3	4	23	4	5	5	14	4	3	2	2	3	2	2	2	4	24	
86	3	4	3	2	3	2	17	3	3	5	3	3	3	4	24	5	5	5	15	5	3	3	3	2	2	3	2	25		
87	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	4	4	4	26	5	5	4	14	5	3	3	4	4	3	4	4	34	
88	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	3	5	5	32	2	3	3	8	5	3	3	5	5	4	4	5	4	38	
89	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	4	4	29	1	2	2	5	4	3	4	5	4	5	4	3	36	
90	4	3	3	4	4	3	21	3	4	4	3	4	4	4	4	26	5	4	4	13	5	3	4	4	4	5	2	4	34	
91	4	4	4	3	3	4	22	3	3	5	5	4	4	4	4	28	5	4	4	13	3	3	4	5	4	4	3	4	33	
92	4	4	4	4	4	4	24	2	4	4	3	4	4	4	4	25	4	4	3	11	4	5	3	3	4	2	2	5	30	
93	4	4	4	3	3	4	22	5	4	4	4	4	4	4	4	29	2	2	3	7	4	4	3	4	5	4	3	4	36	
94	3	2	2	3	4	4	18	4	4	3	4	5	4	4	4	28	5	5	3	13	3	3	3	5	5	4	3	4	35	
95	4	4	4	3	4	3	22	3	4	2	4	3	4	4	4	24	3	3	2	8	4	4	3	4	4	4	3	5	4	35
96	4	4	4	4	4	4	24	2	3	2	3	5	3	4	4	22	5	5	5	15	4	4	3	4	4	3	4	3	31	
97	2	3	4	3	2	4	18	2	3	4	2	2	5	4	4	22	4	3	4	11	4	4	3	4	4	2	2	5	30	
98	4	4	3	3	3	4	21	2	3	5	4	4	5	5	5	28	4	3	3	10	4	5	3	5	3	4	4	3	34	
99	4	4	4	2	3	2	19	3	4	3	3	3	4	4	4	24	5	4	5	14	3	3	2	4	3	2	2	2	4	25
100	3	3	4	4	2	2	18	5	4	3	5	5	4	4	4	30	2	5	3	10	3	4	4	3	4	5	3	3	3	32

101	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	4	4	30	3	2	3	8	4	5	3	4	5	5	4	4	4	38	
102	5	5	5	4	4	4	27	2	3	4	5	5	5	5	29	2	3	2	7	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	34
103	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	3	3	5	4	27	3	2	2	7	4	4	3	5	3	2	2	2	4	29	
104	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	5	34	2	3	3	8	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	
105	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	4	4	4	5	32	2	3	3	8	5	4	5	3	5	5	5	4	3	39	
106	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	5	4	4	29	5	5	3	13	2	2	4	3	3	5	5	4	4	32	
107	3	3	3	4	4	4	21	3	4	5	3	3	4	4	26	3	5	3	11	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28	
108	4	4	4	3	3	3	21	4	3	4	3	4	4	2	24	3	4	3	10	2	4	4	4	1	2	5	5	4	31	
109	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	11	5	4	5	3	5	4	5	2	2	35	
110	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	4	27	1	2	2	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	32	
111	4	4	4	2	3	2	19	3	4	4	3	3	5	5	27	3	5	3	11	5	4	4	4	3	3	3	4	3	33	
112	5	5	5	4	3	4	26	5	1	4	4	4	4	4	26	3	3	2	8	4	4	3	5	4	4	4	5	4	37	
113	3	3	3	4	3	3	19	3	4	3	2	2	4	4	22	4	4	2	10	2	2	3	2	3	3	4	4	3	26	
114	4	4	5	4	3	4	24	4	4	3	4	4	5	5	29	4	5	4	13	3	2	4	3	3	3	3	3	5	29	
115	4	4	5	1	2	2	18	3	1	4	3	4	4	4	23	3	4	4	11	3	4	3	4	3	4	4	3	3	31	
116	4	4	3	3	3	4	21	4	3	4	4	4	5	5	29	3	4	3	10	3	4	4	4	3	2	3	3	4	30	
117	4	4	4	3	3	3	21	3	4	3	5	4	5	5	29	4	5	3	12	2	2	3	4	4	5	5	5	2	32	
118	3	4	3	4	3	3	20	5	3	2	3	3	4	4	24	4	5	5	14	3	3	4	2	5	2	2	2	5	28	
119	3	2	2	3	4	4	18	3	2	3	4	3	2	2	19	4	3	5	12	3	2	2	1	3	2	2	2	5	22	
120	5	5	5	3	4	4	26	3	4	4	4	4	5	5	29	5	5	3	13	4	2	4	5	4	5	4	4	2	34	
121	5	5	5	3	1	2	21	5	4	4	4	4	5	5	31	2	3	5	10	3	3	2	3	5	3	4	4	3	30	
122	3	5	5	3	5	5	26	5	4	3	5	3	5	4	29	3	3	2	8	3	4	5	4	4	4	4	4	36		
123	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	3	4	4	28	3	3	3	9	4	3	4	4	5	4	4	4	5	37	
124	3	3	3	4	4	4	21	4	3	4	4	4	4	4	27	4	3	2	9	3	3	5	4	4	4	3	4	2	32	
125	5	5	5	4	3	3	25	3	3	2	2	3	5	4	22	5	5	4	14	4	3	3	2	3	3	2	3	3	26	
126	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	3	5	5	5	30	2	2	2	6	4	4	4	5	4	5	3	5	4	38	
127	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	3	2	3	5	25	3	2	3	8	4	2	3	4	2	5	4	3	3	30	
128	5	5	4	2	4	4	24	4	4	3	4	3	4	4	26	3	4	3	10	5	4	4	5	4	3	3	4	3	35	
129	4	4	5	4	3	3	23	2	4	4	3	3	4	3	23	3	5	3	11	4	3	4	4	3	3	2	3	2	28	
130	5	5	5	4	4	4	27	4	5	3	5	5	4	3	29	3	3	3	9	4	3	3	4	5	5	4	4	4	36	
131	3	4	4	3	3	3	20	4	4	3	4	4	4	4	27	5	5	4	14	2	5	4	3	3	5	4	5	34		
132	4	4	4	1	3	3	19	3	3	3	5	4	4	4	26	4	4	4	12	3	4	3	4	4	4	3	4	5	34	
133	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	5	4	4	4	28	5	3	3	11	2	3	3	2	5	3	4	4	2	28	
134	4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	3	3	4	4	23	3	2	3	8	4	2	5	4	2	2	2	3	4	28	
135	4	4	5	2	4	4	23	4	4	3	4	3	3	3	24	1	4	5	10	3	3	2	4	3	4	4	3	4	30	

Lampiran 6

Data Karakteristik Responden

No	Umur	Jenis_Kelamin	Lama_Penggunaan	Tempat_Tinggal	Pernah_Berbelanja
1	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
2	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
3	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
4	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
5	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
6	21-30 tahun	Perempuan	<2 jam	Ya	Ya
7	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
8	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
9	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
10	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
11	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
12	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
13	21-30 tahun	Perempuan	<2 jam	Ya	Ya
14	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
15	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
16	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
17	21-30 tahun	Perempuan	<2 jam	Ya	Ya
18	21-30 tahun	Laki-laki	<2 jam	Ya	Ya
19	<21 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
20	<21 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
21	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
22	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
23	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
24	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
25	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
26	21-30 tahun	Perempuan	<2 jam	Ya	Ya
27	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
28	31-40 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
29	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
30	31-40 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
31	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
32	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
33	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
34	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
35	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
36	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
37	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
38	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
39	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
40	>40 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
41	>40 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
42	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
43	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
44	31-40 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
45	31-40 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
46	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
47	<21 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
48	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
49	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
50	21-30 tahun	Laki-laki	<2 jam	Ya	Ya

51	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
52	<21 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
53	<21 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
54	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
55	<21 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
56	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
57	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
58	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
59	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
60	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
61	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
62	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
63	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
64	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
65	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
66	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
67	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
68	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
69	<21 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
70	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
71	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
72	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
73	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
74	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
75	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
76	31-40 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
77	<21 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
78	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
79	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
80	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
81	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
82	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
83	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
84	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
85	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
86	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
87	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
88	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
89	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
90	31-40 tahun	Laki-laki	<2 jam	Ya	Ya
91	21-30 tahun	Perempuan	<2 jam	Ya	Ya
92	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
93	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
94	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
95	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
96	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
97	<21 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
98	<21 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
99	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
100	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya

101	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
102	31-40 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
103	21-30 tahun	Perempuan	<2 jam	Ya	Ya
104	<21 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
105	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
106	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
107	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
108	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
109	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
110	31-40 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
111	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
112	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
113	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
114	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
115	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
116	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
117	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
118	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
119	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
120	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
121	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
122	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
123	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
124	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
125	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
126	31-40 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
127	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
128	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
129	21-30 tahun	Laki-laki	2-3 jam	Ya	Ya
130	31-40 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
131	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
132	21-30 tahun	Laki-laki	>3 jam	Ya	Ya
133	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya
134	21-30 tahun	Perempuan	>3 jam	Ya	Ya
135	21-30 tahun	Perempuan	2-3 jam	Ya	Ya

Lampiran 7

Hasil Uji Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Usia Responden

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <21 tahun	11	8,1	8,1	8,1
21-30 tahun	112	83,0	83,0	91,1
31-40 tahun	10	7,4	7,4	98,5
>40 tahun	2	1,5	1,5	100,0
Total	135	100,0	100,0	

2. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	75	55,6	55,6	55,6
Perempuan	60	44,4	44,4	100,0
Total	135	100,0	100,0	

3. Berdasarkan Lama Menggunakan Internet Responden

Frekuensi_Penggunaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <2 jam	9	6,7	6,7	6,7
2-3 jam	43	31,9	31,9	38,5
>3 jam	83	61,5	61,5	100,0
Total	135	100,0	100,0	

4. Berdasarkan Tempat Tinggal Responden (Yogyakarta)

Tempat_Tinggal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	135	100,0	100,0	100,0

5. Berdasarkan Pengalaman Berbelanja Responden (lebih dari satu kali)

Pernah_Berbelanja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	135	100,0	100,0	100,0

Lampiran 8**Hasil Uji Deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keamanan	135	10,00	30,00	22,2148	4,38005
Kemudahan	135	18,00	34,00	25,8148	2,94523
Risiko_Kinerja	135	5,00	15,00	10,1852	2,40393
Keputusan_Pembelian	135	21,00	43,00	31,8889	4,03283
Valid N (listwise)	135				

Lampiran 9

Rumus Perhitungan Kategorisasi

Keamanan		
Mi		= 22,21
Sdi		= 4,38
Tinggi	:	$X \geq (M + SD)$
Sedang	:	$(M - SD) \leq X < (M + SD)$
Rendah	:	$X < (M - SD)$
Kategori		Skor
Tinggi	:	$X \geq 26,59$
Sedang	:	$17,83 \leq X < 26,59$
Rendah	:	$X > 17,83$

Kemudahan		
Mi		= 25,81
Sdi		= 2,95
Tinggi	:	$X \geq (M + SD)$
Sedang	:	$(M - SD) \leq X < (M + SD)$
Rendah	:	$X < (M - SD)$
Kategori		Skor
Tinggi	:	$X \geq 28,76$
Sedang	:	$22,87 \leq X < 28,76$
Rendah	:	$X > 22,87$

Risiko Kinerja		
Mi		= 10,19
Sdi		= 2,40
Tinggi	:	$X \geq (M + SD)$
Sedang	:	$(M - SD) \leq X < (M + SD)$
Rendah	:	$X < (M - SD)$
Kategori		Skor
Tinggi	:	$X \geq 12,59$
Sedang	:	$7,78 \leq X < 12,59$
Rendah	:	$X > 7,78$

Keputusan Pembelian		
Mi		= 31,89
Sdi		= 4,03
Tinggi	:	$X \geq (M + SD)$
Sedang	:	$(M - SD) \leq X < (M + SD)$
Rendah	:	$X < (M - SD)$
Kategori		Skor
Tinggi	:	$X \geq 35,92$
Sedang	:	$27,86 \leq X < 35,92$
Rendah	:	$X > 27,86$

Lampiran 10

Data Kategorisasi

No	Keamanan	KTG	Kemudahan	KTG	Risiko_Kinerj	KTG	Keputusan_Pembelian	KTG
1	25	Sedang	24	Sedang	7	Rendah	33	Sedang
2	23	Sedang	27	Sedang	9	Sedang	37	Tinggi
3	21	Sedang	26	Sedang	10	Sedang	27	Rendah
4	16	Rendah	25	Sedang	10	Sedang	32	Sedang
5	27	Tinggi	22	Rendah	7	Rendah	36	Tinggi
6	21	Sedang	19	Rendah	13	Tinggi	27	Rendah
7	25	Sedang	26	Sedang	10	Sedang	29	Sedang
8	10	Rendah	23	Sedang	12	Sedang	24	Rendah
9	18	Sedang	20	Rendah	11	Sedang	26	Rendah
10	22	Sedang	26	Sedang	12	Sedang	34	Sedang
11	20	Sedang	23	Sedang	13	Tinggi	28	Sedang
12	28	Tinggi	27	Sedang	9	Sedang	37	Tinggi
13	30	Tinggi	30	Tinggi	10	Sedang	37	Tinggi
14	17	Rendah	20	Rendah	15	Tinggi	26	Rendah
15	18	Sedang	26	Sedang	10	Sedang	27	Rendah
16	22	Sedang	23	Sedang	13	Tinggi	27	Rendah
17	19	Sedang	27	Sedang	7	Rendah	29	Sedang
18	18	Sedang	25	Sedang	9	Sedang	30	Sedang
19	27	Tinggi	25	Sedang	9	Sedang	31	Sedang
20	19	Sedang	21	Rendah	10	Sedang	31	Sedang
21	23	Sedang	26	Sedang	12	Sedang	32	Sedang
22	30	Tinggi	25	Sedang	9	Sedang	32	Sedang
23	23	Sedang	25	Sedang	10	Sedang	36	Tinggi
24	26	Sedang	30	Tinggi	11	Sedang	36	Tinggi
25	21	Sedang	27	Sedang	9	Sedang	30	Sedang
26	23	Sedang	28	Sedang	9	Sedang	35	Sedang
27	27	Tinggi	28	Sedang	9	Sedang	37	Tinggi
28	26	Sedang	27	Sedang	8	Sedang	29	Sedang
29	30	Tinggi	25	Sedang	12	Sedang	36	Tinggi
30	22	Sedang	24	Sedang	9	Sedang	29	Sedang
31	24	Sedang	27	Sedang	8	Sedang	32	Sedang
32	18	Sedang	24	Sedang	9	Sedang	31	Sedang
33	30	Tinggi	31	Tinggi	7	Rendah	39	Tinggi
34	21	Sedang	24	Sedang	6	Rendah	33	Sedang
35	28	Tinggi	30	Tinggi	5	Rendah	36	Tinggi
36	23	Sedang	18	Rendah	11	Sedang	30	Sedang
37	11	Rendah	22	Rendah	15	Tinggi	28	Sedang
38	15	Rendah	25	Sedang	11	Sedang	26	Rendah
39	11	Rendah	25	Sedang	12	Sedang	33	Sedang
40	21	Sedang	25	Sedang	5	Rendah	36	Tinggi
41	21	Sedang	26	Sedang	12	Sedang	34	Sedang
42	24	Sedang	28	Sedang	12	Sedang	31	Sedang
43	26	Sedang	25	Sedang	13	Tinggi	30	Sedang
44	20	Sedang	24	Sedang	10	Sedang	34	Sedang
45	20	Sedang	25	Sedang	12	Sedang	34	Sedang
46	24	Sedang	28	Sedang	9	Sedang	36	Tinggi
47	20	Sedang	25	Sedang	10	Sedang	33	Sedang
48	23	Sedang	24	Sedang	11	Sedang	30	Sedang
49	20	Sedang	24	Sedang	11	Sedang	33	Sedang
50	19	Sedang	27	Sedang	11	Sedang	34	Sedang

51	21	Sedang	25	Sedang	9	Sedang	36	Tinggi
52	29	Tinggi	26	Sedang	7	Rendah	36	Tinggi
53	15	Rendah	23	Sedang	5	Rendah	32	Sedang
54	24	Sedang	25	Sedang	11	Sedang	34	Sedang
55	24	Sedang	29	Tinggi	8	Sedang	36	Tinggi
56	19	Sedang	28	Sedang	11	Sedang	30	Sedang
57	27	Tinggi	25	Sedang	11	Sedang	30	Sedang
58	22	Sedang	24	Sedang	9	Sedang	31	Sedang
59	14	Rendah	24	Sedang	12	Sedang	31	Sedang
60	26	Sedang	22	Rendah	11	Sedang	28	Sedang
61	17	Rendah	26	Sedang	12	Sedang	28	Sedang
62	22	Sedang	23	Sedang	11	Sedang	28	Sedang
63	24	Sedang	25	Sedang	10	Sedang	34	Sedang
64	22	Sedang	26	Sedang	15	Tinggi	33	Sedang
65	19	Sedang	28	Sedang	11	Sedang	35	Sedang
66	30	Tinggi	28	Sedang	9	Sedang	38	Tinggi
67	17	Rendah	29	Tinggi	8	Sedang	35	Sedang
68	30	Tinggi	33	Tinggi	8	Sedang	38	Tinggi
69	19	Sedang	25	Sedang	10	Sedang	34	Sedang
70	22	Sedang	25	Sedang	11	Sedang	35	Sedang
71	24	Sedang	28	Sedang	12	Sedang	36	Tinggi
72	14	Rendah	23	Sedang	11	Sedang	30	Sedang
73	24	Sedang	27	Sedang	12	Sedang	28	Sedang
74	18	Sedang	23	Sedang	7	Rendah	26	Rendah
75	18	Sedang	20	Rendah	12	Sedang	24	Rendah
76	10	Rendah	19	Rendah	14	Tinggi	21	Rendah
77	24	Sedang	28	Sedang	10	Sedang	32	Sedang
78	27	Tinggi	27	Sedang	8	Sedang	36	Tinggi
79	19	Sedang	23	Sedang	11	Sedang	26	Rendah
80	30	Tinggi	28	Sedang	8	Sedang	38	Tinggi
81	24	Sedang	25	Sedang	8	Sedang	28	Sedang
82	24	Sedang	26	Sedang	6	Rendah	31	Sedang
83	19	Sedang	27	Sedang	14	Tinggi	28	Sedang
84	21	Sedang	24	Sedang	7	Rendah	29	Sedang
85	18	Sedang	23	Sedang	14	Tinggi	24	Rendah
86	17	Rendah	24	Sedang	15	Tinggi	25	Rendah
87	24	Sedang	26	Sedang	14	Tinggi	34	Sedang
88	30	Tinggi	32	Tinggi	8	Sedang	38	Tinggi
89	24	Sedang	29	Tinggi	5	Rendah	36	Tinggi
90	21	Sedang	26	Sedang	13	Tinggi	34	Sedang
91	22	Sedang	28	Sedang	13	Tinggi	33	Sedang
92	24	Sedang	25	Sedang	11	Sedang	30	Sedang
93	22	Sedang	29	Tinggi	7	Rendah	36	Tinggi
94	18	Sedang	28	Sedang	13	Tinggi	35	Sedang
95	22	Sedang	24	Sedang	8	Sedang	35	Sedang
96	24	Sedang	22	Rendah	15	Tinggi	31	Sedang
97	18	Sedang	22	Rendah	11	Sedang	30	Sedang
98	21	Sedang	28	Sedang	10	Sedang	34	Sedang
99	19	Sedang	24	Sedang	14	Tinggi	25	Rendah
100	18	Sedang	30	Tinggi	10	Sedang	32	Sedang

101	30	Tinggi	30	Tinggi	8	Sedang	38	Tinggi
102	27	Tinggi	29	Tinggi	7	Rendah	34	Sedang
103	21	Sedang	27	Sedang	7	Rendah	29	Sedang
104	30	Tinggi	34	Tinggi	8	Sedang	43	Tinggi
105	27	Tinggi	32	Tinggi	8	Sedang	39	Tinggi
106	27	Tinggi	29	Tinggi	13	Tinggi	32	Sedang
107	21	Sedang	26	Sedang	11	Sedang	28	Sedang
108	21	Sedang	24	Sedang	10	Sedang	31	Sedang
109	23	Sedang	28	Sedang	11	Sedang	35	Sedang
110	24	Sedang	27	Sedang	5	Rendah	32	Sedang
111	19	Sedang	27	Sedang	11	Sedang	33	Sedang
112	26	Sedang	26	Sedang	8	Sedang	37	Tinggi
113	19	Sedang	22	Rendah	10	Sedang	26	Rendah
114	24	Sedang	29	Tinggi	13	Tinggi	29	Sedang
115	18	Sedang	23	Sedang	11	Sedang	31	Sedang
116	21	Sedang	29	Tinggi	10	Sedang	30	Sedang
117	21	Sedang	29	Tinggi	12	Sedang	32	Sedang
118	20	Sedang	24	Sedang	14	Tinggi	28	Sedang
119	18	Sedang	19	Rendah	12	Sedang	22	Rendah
120	26	Sedang	29	Tinggi	13	Tinggi	34	Sedang
121	21	Sedang	31	Tinggi	10	Sedang	30	Sedang
122	26	Sedang	29	Tinggi	8	Sedang	36	Tinggi
123	30	Tinggi	28	Sedang	9	Sedang	37	Tinggi
124	21	Sedang	27	Sedang	9	Sedang	32	Sedang
125	25	Sedang	22	Rendah	14	Tinggi	26	Rendah
126	30	Tinggi	30	Tinggi	6	Rendah	38	Tinggi
127	23	Sedang	25	Sedang	8	Sedang	30	Sedang
128	24	Sedang	26	Sedang	10	Sedang	35	Sedang
129	23	Sedang	23	Sedang	11	Sedang	28	Sedang
130	27	Tinggi	29	Tinggi	9	Sedang	36	Tinggi
131	20	Sedang	27	Sedang	14	Tinggi	34	Sedang
132	19	Sedang	26	Sedang	12	Sedang	34	Sedang
133	24	Sedang	28	Sedang	11	Sedang	28	Sedang
134	23	Sedang	23	Sedang	8	Sedang	28	Sedang
135	23	Sedang	24	Sedang	10	Sedang	30	Sedang

Lampiran 11

Uji Kategorisasi

Frequency Table

Keamanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	24	17,8	17,8	17,8
	Sedang	98	72,6	72,6	90,4
	Rendah	13	9,6	9,6	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Kemudahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	24	17,8	17,8	17,8
	Sedang	96	71,1	71,1	88,9
	Rendah	15	11,1	11,1	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Risiko_Kinerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	23	17,0	17,0	17,0
	Sedang	94	69,6	69,6	86,7
	Rendah	18	13,3	13,3	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Keputusan_Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	31	23,0	23,0	23,0
	Sedang	86	63,7	63,7	86,7
	Rendah	18	13,3	13,3	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Lampiran 12

Hasil Uji Normalitas

Npar Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keamanan	Kemudahan	Risiko_Kinerja	Keputusan_Pembelian
N		135	135	135	135
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22,2148	25,8148	10,1852	31,8889
	Std. Deviation	4,38005	2,94523	2,40393	4,03283
Most Extreme	Absolute	,090	,083	,099	,100
Differences	Positive	,090	,083	,078	,065
	Negative	-,072	-,073	-,099	-,100
Kolmogorov-Smirnov Z		1,045	,965	1,154	1,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,225	,309	,139	,137

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 13

Hasil Uji Linieritas

1. Keamanan terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Kemanan	Between Groups	(Combined)	998,315	18	55,462	5,447	,000
		Linearity	765,931	1	765,931	75,230	,000
	Within Groups	Deviation from Linearity	232,384	17	13,670	1,343	,179
		Total	1181,019	116	10,181		
			2179,333	134			

2. Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Kemudahan	Between Groups	(Combined)	1166,765	16	72,923	8,498	,000
		Linearity	979,863	1	979,863	114,189	,000
	Within Groups	Deviation from Linearity	186,902	15	12,460	1,452	,135
		Total	1012,568	118	8,581		
			2179,333	134			

3. Risiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Risiko_Kinerja	Between Groups	(Combined)	564,051	10	56,405	4,330	,000
		Linearity	421,368	1	421,368	32,347	,000
	Within Groups	Deviation from Linearity	142,683	9	15,854	1,217	,290
		Total	1615,283	124	13,026		
			2179,333	134			

Lampiran 14

Hasil Uji Multikolinieritas

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Risiko_Kinerja, Kemudahan ^a , Keamanan	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,749 ^a	,561	,551	2,70373

- a. Predictors: (Constant), Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1221,700	3	407,233	55,708	,000 ^a
	Residual	957,634	131	7,310		
	Total	2179,333	134			

- a. Predictors: (Constant), Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,553	2,793		4,494	,000	
	Keamanan	,268	,064	,291	4,184	,000	,694 1,442
	Kemudahan	,635	,094	,464	6,776	,000	,717 1,396
	Risiko_Kinerja	-,295	,107	-,176	-2,767	,006	,832 1,202

- a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 15

Uji Heteroskedasitisitas

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: abs_res

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,062 ^a	,004	-,019	1,28260

- a. Predictors: (Constant), Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,822	3	,274	,166	,919 ^a
	Residual	213,860	130	1,645		
	Total	214,681	133			

- a. Predictors: (Constant), Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan
 b. Dependent Variable: abs_res

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,943	1,335		,029
	Keamanan	-,012	,030	-,041	,699
	Kemudahan	-,013	,045	-,030	,775
	Risiko_Kinerja	,000	,051	,001	,995

- a. Dependent Variable: abs_res

Lampiran 16

Hasil Uji Regresi Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,749 ^a	,561	,551	2,70373

- a. Predictors: (Constant), Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1221,700	3	407,233	55,708
	Residual	957,634	131	7,310	
	Total	2179,333	134		

- a. Predictors: (Constant), Risiko_Kinerja, Kemudahan, Keamanan
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Coefficients^c

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,553	2,793		,000
	Keamanan	,268	,064	,291	,000
	Kemudahan	,635	,094	,464	,000
	Risiko_Kinerja	-,295	,107	-,176	,006

- a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 17**Hasil Uji SE dan SR****Regression****Coefficients^a**

Model		Contribution	
		Effective	Relative
1	Keamanan	17,2%	30,8%
	Kemudahan	31,1%	55,5%
	Risiko_Kinerja	7,7%	13,8%
	Total	56,1%	100,0%

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian