

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PROMOSI DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DI BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Ernawati  
200910033**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PROMOSI DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DI BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh :  
Ernawati  
200910033**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ernawati  
NPM : 200910033  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PADA MARKETPLACE SHOPEE DI BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 18 Juli 2024



Ernawati

200910033

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PROMOSI DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DI BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh:**

**Ernawati**

**200910033**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 18 Juli 2024**



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.**

**Pembimbing**



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Risiko, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli pada Marketplace Shopee di Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam yang menggunakan aplikasi Shopee yang berdomisili di daerah Nagoya. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability* sampling melalui metode *purposive sampling*. Pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 29 meliputi uji analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Risiko, Promosi, dan Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada marketplace Shopee.

**Kata Kunci :** Persepsi Risiko, Promosi, Kepercayaan, Minat Beli

## ***ABSTRACT***

*This research aims to determine the influence of risk perception, promotion and trust on purchasing interest at the Shopee marketplace in Batam. This study uses a quantitative approach. The population in this research is the people of Batam City who use the Shopee application who live in the Nagoya area. The number of samples taken was 100 people, sampling was carried out using non-probability sampling techniques through the purposive sampling method. Data processing using the SPSS Version 29 program includes descriptive analysis tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. The results of this research show that the Risk Perception, Promotion and Trust variables have a positive and significant effect on Purchase Interest in the Shopee marketplace.*

***Keywords:*** *Risk Perception, Promotion, Trust, Purchase Interest*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada penulis.
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 18 Juli 2024



Ernawati





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.6.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 KAJIAN TEORI .....	10
2.1.1 PERSEPSI RISIKO .....	10
2.1.1.1 Pengertian Persepsi Risiko .....	10
2.1.1.2 Penyebab Persepsi Risiko Tinggi.....	10
2.1.1.3 Indikator Persepsi Risiko.....	11
2.1.2 PROMOSI .....	12
2.1.2.1 Pengertian Promosi .....	12
2.1.2.2 Tujuan Promosi .....	13
2.1.2.3 Indikator Promosi.....	14
2.1.3 KEPERCAYAAN.....	14
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan .....	14
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	15
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan.....	17
2.1.4 MINAT BELI .....	17
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli .....	17
2.1.4.2 Faktor yang Membentuk Minat Beli .....	18
2.1.4.3 Tahapan dalam Minat Beli .....	18
2.1.4.4 Indikator Minat Beli.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
2.4 Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Sifat Penelitian .....	24

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian .....	24
3.3.1 Lokasi Penelitian .....	24
3.3.2 Periode Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	26
3.4.3 Teknik Sampling .....	27
3.5 Sumber Data .....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7.1 Variabel Bebas (Independen) .....	28
3.7.2 Variabel Terikat (Dependen).....	30
3.8 Metode Analisis Data .....	30
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	30
3.8.2 Uji Kualitas Data .....	31
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	32
3.8.4 Uji Pengaruh.....	33
3.9 Uji Hipotesis.....	34
3.9.1 Uji t (Parsial) .....	34
3.9.2 Uji f (Simultan) .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	36
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	38
4.3.1 Deskripsi Variabel Persepsi Risiko (X1).....	38
4.3.2 Deskripsi Variabel Promosi (X2).....	40
4.3.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X3).....	41
4.3.4 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y).....	42
4.4 Analisis Data .....	44
4.4.1 Uji Kualitas Data .....	44
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	46
4.4.3 Uji Pengaruh.....	51
4.5 Uji Hipotesis.....	53
4.5.1 Uji T (Uji Parsial).....	53
4.5.2 Uji F (Simultan) .....	54
4.6 Pembahasan.....	55
4.6.1 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli.....	55
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	55
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	56
4.6.4 Pengaruh Persepsi Risiko, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	57
4.7 Implikasi Penelitian .....	57
4.7.1 Implikasi Teoritis .....	57

4.7.2 Implikasi Praktis.....	58
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
LAMPIRAN I	
LAMPIRAN II	
LAMPIRAN III	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia .....	2
<b>Gambar 1.2</b> Review dari Pembeli .....	6
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran .....	22
<b>Gambar 4. 1</b> Shopee.....	35
<b>Gambar 4. 2</b> Histogram .....	47
<b>Gambar 4. 3</b> Grafik Plot Regresi Standar PP .....	47

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1</b> Periode Penelitian .....	25
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	28
<b>Tabel 3. 3</b> Persepsi Risiko, Promosi, dan Kepercayaan .....	29
<b>Tabel 3. 4</b> Minat Beli .....	30
<b>Tabel 4. 1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
<b>Tabel 4. 2</b> Responden Berdasarkan Usia.....	37
<b>Tabel 4. 3</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
<b>Tabel 4. 4</b> Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Risiko ( $X_1$ ) .....	38
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Deskriptif Variabel Promosi ( $X_2$ ) .....	40
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Deskriptif Variabel Kepercayaan ( $X_3$ ).....	41
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Deskriptif Variabel Minat Beli ( $Y$ ).....	42
<b>Tabel 4. 8</b> Uji Validitas Persepsi Risiko ( $X_1$ ) .....	44
<b>Tabel 4. 9</b> Uji Validitas Promosi ( $X_2$ ) .....	44
<b>Tabel 4. 10</b> Uji Validitas Kepercayaan ( $X_3$ ) .....	45
<b>Tabel 4. 11</b> Uji Validitas Minat Beli ( $Y$ ) .....	45
<b>Tabel 4. 12</b> Uji Reliabilitas .....	46
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	48
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji White .....	50
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	51
<b>Tabel 4. 17</b> Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	53
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji F (Simultan) .....	54