

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma)

Muhammad Khairul Ikhsan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh simultan persepsi resiko, kemudahan, kepercayaan dan manfaat terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (2) pengaruh persepsi resiko terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (3) pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (4) pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia dan (5) pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia. Populasi dari penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma angkatan 2016, 2017 dan 2018. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa yang pernah menggunakan aplikasi Tokopedia lebih dari satu kali. Teknik pengampilan sampling menggunakan *purposive sampling* kemudian untuk teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Persepsi resiko, kemudahan, kepercayaan dan manfaat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (2) Persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (3) Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (4) Persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia dan (5) Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia.

Kata kunci: Persepsi Resiko, Kemudahan, Kepercayaan, Manfaat dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE EFFECT OF RISK, CONVENIENCE, TRUST, AND BENEFITS ON TOKOPEDIA CONSUMER PURCHASE DECISIONS (Study on Students of the Faculty of Economics, Sanata Dharma University)

Muhammad Khairul Ikhsan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

The study aims to determine (1) the simultaneous effect of risk, convenience, trust, and benefits perceptions on Tokopedia consumers' purchase decisions, (2) the effect of risk perceptions on Tokopedia consumers' purchase decisions 3) the effect of convenience on Tokopedia consumers' purchase decisions 4) the effect of trust perceptions on Tokopedia consumer purchase decisions and 5) the effect of benefits perceptions on Tokopedia's consumer purchase decisions. Population in this research is all the students from the Faculty of Economics at Sanata Dharma University, classes of 2016, 2017 and 2018. The sample used in this research was 100 students who had used the Tokopedia application more than once. The sampling technique used was purposive sampling, and the analysis technique used descriptive analysis and multiple regression analysis with the help of SPSS version 25 software. The results of this study are that (1) Risk, convenience, trust, and benefits perceptions simultaneously affect the purchase decisions of Tokopedia consumers. (2) Risk Perceptions have a significant effect on Tokopedia consumer purchase decisions. 3) Convenience perceptions have a significant effect on Tokopedia consumer purchase decisions. 4) Trust perceptions have a significant effect on Tokopedia consumer purchase decisions. and 5) Benefits perceptions have a significant effect on Tokopedia consumer purchase decisions.

Keywords: Risk Perceptions, Convenience, Trust, Benefit, and Purchase Decisions