

**Pengaruh *Perceived Risk* dan *Online Customer Review* terhadap  
Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan pada Pengguna  
*Marketplace* di Kota Bekasi**

**Nadiya Tazkiyatunnisa Anggraeni**

**1705617064**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi penelitian ini ditulis untuk memenuhi persyaratan mendapatkan  
gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

*The Influence of Perceived Risk and Online Customer Review on  
Purchasing Decisions through Trust in Marketplace Users in Bekasi  
City*

**Nadiya Tazkiyatunnisa Anggraeni**

**1705617064**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This Thesis is Written as One of The Requirements for Getting a Bachelor  
Degree of Management at Faculty of Economics State University of Jakarta*

**SI MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di universitas lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan di mana pun, kecuali nama pengarang yang tertulis jelas sebagai referensi saya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sadar dan sebenar-benarnya. Apabila suatu saat terdapat penyimpangan dalam skripsi ini, saya bersedia menerima saksi berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Agustus 2023



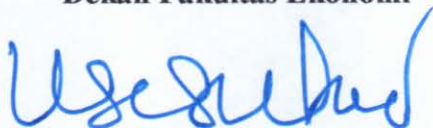
Nadiya Tazkiyatunnisa A.

1705617064

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

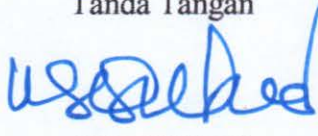
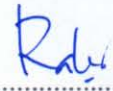



Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D

NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D</u> NIP: 197311162006041001 (Ketua)	 .....	.....
2	<u>Rahmi, SE, M.S.M</u> NIP: 198305012018032001 (Penguji 1)	 .....	06-09-2023 .....
3	<u>Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM</u> NIP: 199308272020122024 (Penguji 2)	 .....	08-09-2023 .....
4	<u>Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M</u> NIP: 197404162006041001 (Pembimbing 1)	 .....	08-09-2023 .....
5	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS.</u> NIP: 198404082019031003 (Pembimbing 2)	 .....	07-09-2023 .....

Nama : Nadiya Tazkiyatunnisa Anggraeni  
No. Registrasi : 1705617064  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 21 Agustus 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN  
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nadiya Tazkiyatunnisa Anggraeni  
NIM : 1705617064  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen  
Alamat email : nadiyatazkiya@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**Pengaruh *Perceived Risk* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan pada Pengguna *Marketplace* di Kota Bekasi**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih mediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Agustus 2023

Nadiya Tazkiyatunnisa Anggraeni

## ABSTRAK

**NADIYA TAZKIYATUNNISA ANGGRAENI, 2023: Pengaruh *Perceived Risk* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan pada Pengguna *Marketplace* di Kota Bekasi. Skripsi, Jakarta. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Saat ini, banyak *marketplace* yang mulai berkembang di Indonesia. *Marketplace* merupakan perantara *online* yang digunakan untuk membangun aktifitas jual-beli dan transaksi antara penjual, pembeli, dan penyedia *marketplace*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan pada pengguna *marketplace* di Kota Bekasi. Jumlah sampel yang ditetapkan adalah minimal 135 sampel yang terdiri dari 27 item pertanyaan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner menggunakan *Google Forms*. Analisa data pada penelitian ini menggunakan metode analisis multivariat dengan penggunaan perangkat lunak SPSS versi 22 dan SEM dengan Lisrel 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap variabel *trust*; 2) *online customer review* berpengaruh terhadap *trust*; 3) *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian; 4) *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian; 5) *trust* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian; 6) *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan; 7) *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *trust*.

**Kata kunci:** *perceived risk*, kepercayaan, *online customer review*, keputusan pembelian, *marketplace*

## ABSTRACT

**NADIYA TAZKIYATUNNISA ANGGRAENI, 2023: *The Influence of Perceived Risk and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions through Trust in Marketplace Users in Bekasi City. Thesis, Jakarta. Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.***

Currently, many marketplaces are starting to develop in Indonesia. Marketplace is an online intermediary used to build buying and selling activities and transactions between sellers, buyers and marketplace providers. The aim of this research is to determine the influence of perceived risk and online customer reviews on purchasing decisions through trust in marketplace users in Bekasi City. The number of samples specified is a minimum of 135 samples consisting of 27 question items. Collecting data in this study using a questionnaire using Google Forms. Data analysis in this study used a multivariate analysis method using SPSS version 22 software and SEM with Lisrel 8.8. The results of the study show that 1) perceived risk has no effect on the trust variable; 2) online customer reviews affect trust; 3) perceived risk has no effect on purchasing decisions; 4) online customer reviews influence purchasing decisions; 5) trust has no effect on purchasing decisions; 6) perceived risk has no effect on purchasing decisions through trust; 7) online customer reviews affect purchasing decisions through trust.

**Keywords:** *perceived risk, trust, online customer review, purchase decision, marketplace*

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di universitas lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan di mana pun, kecuali nama pengarang yang tertulis jelas sebagai referensi saya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sadar dan sebenar-benarnya. Apabila suatu saat terdapat penyimpangan dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Agustus 2023

Pembuat pernyataan

Nadiya Tazkiyatunnisa A.

1705617064



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Risk* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan pada Pengguna *Marketplace* Shopee di Kota Bekasi”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
3. Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing I.
4. Shandy Aditya, BIB, MPBS. selaku Dosen Pembimbing II.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang berharga selama perkuliahan serta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan

pemberkasan.

6. Keluarga yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua sahabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak

Jakarta, 27 Agustus 2023

Nadiya Tazkiyatunnisa

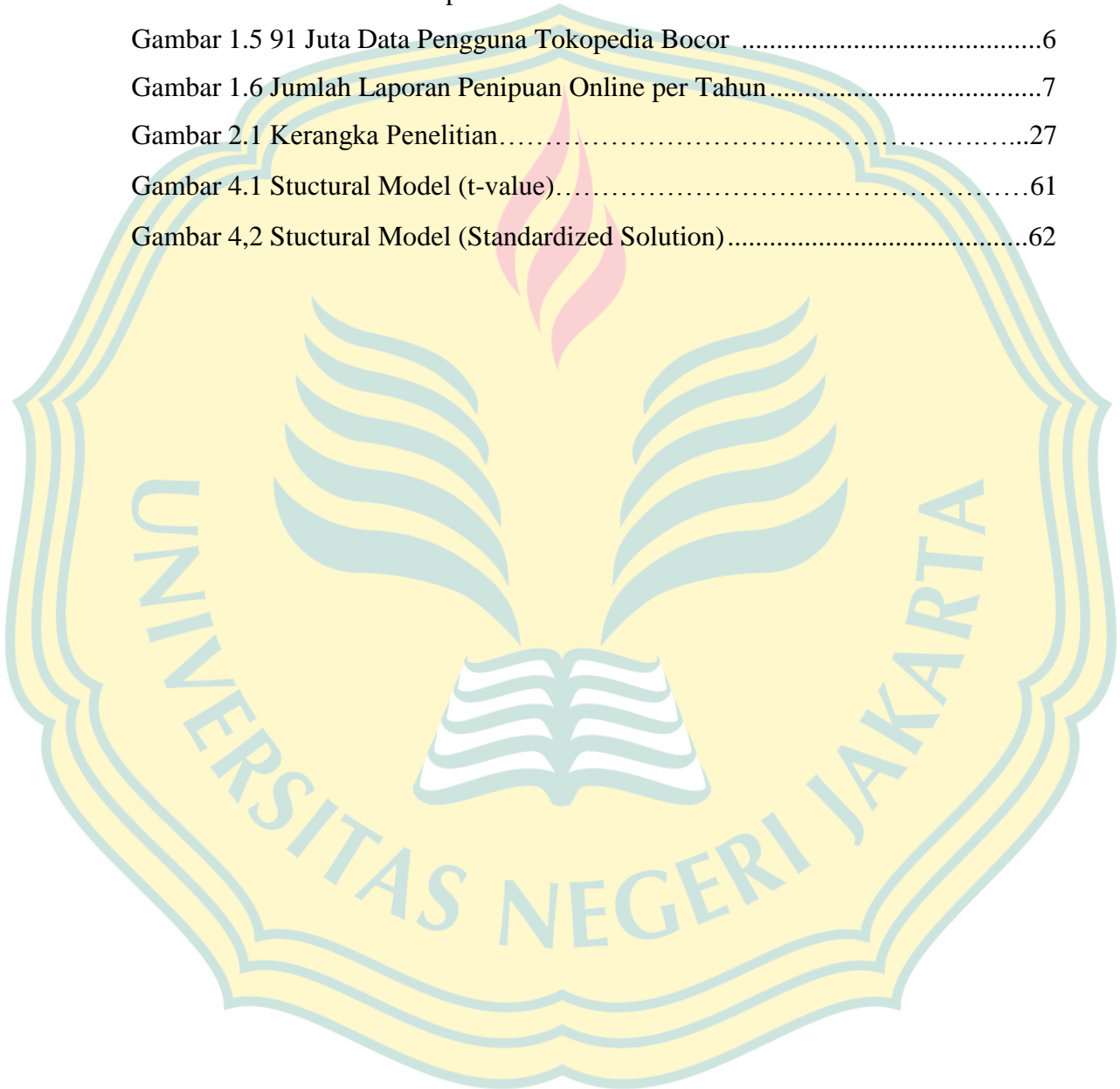
## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b> .....	1
<b>2.1 Teori Pendukung</b> .....	12
2.1.1 Marketplace .....	12
2.1.2 Trust .....	14
2.1.3 Perceived Risk .....	15
2.1.4 Online Customer Review .....	17
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	18
<b>2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis</b> .....	23
2.2.1 Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu .....	23
2.2.2 Kerangka Pemikiran .....	26
2.2.3 Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	31
<b>3.1 Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian</b> .....	29
<b>3.2 Desain Penelitian</b> .....	29
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	29

<b>3.4 Penyusunan Instrumen</b> .....	31
3.4.1 Variabel Penelitian .....	31
3.4.2 Operasional Variabel.....	31
3.4.3 Skala Pengukuran .....	38
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	38
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
<b>4.1 Deskripsi Data</b> .....	45
<b>4.2 Hasil Analisis Data</b> .....	49
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	49
<b>4.3 Pengukuran Model</b> .....	59
<b>4.4 Penilaian Model Fit</b> .....	60
<b>4.5 Hasil Penelitian</b> .....	61
<b>4.6 Pembahasan</b> .....	65
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	45
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	70
<b>5.2 Implikasi</b> .....	71
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	71
5.2.2 Implikasi Praktis .....	73
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian</b> .....	75
<b>5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya</b> .....	75
5.4.1 Teoritis .....	75
5.4.2 Praktis.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	70
<b>LAMPIRAN</b> .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Online vs Offline Shopping Channel .....	2
Gambar 1.3 Alasan berbelanja <i>online</i> .....	2
Gambar 1.4 Data 10 Marketplace di Indonesia.....	4
Gambar 1.5 91 Juta Data Pengguna Tokopedia Bocor .....	6
Gambar 1.6 Jumlah Laporan Penipuan Online per Tahun.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Stuctural Model (t-value).....	61
Gambar 4.2 Stuctural Model (Standardized Solution).....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Perceived Risk .....	31
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Trust .....	33
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Online Customer Review .....	35
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	36
Tabel 3.5 Pengukuran Skala Likert .....	38
Tabel 3.6 Goodness of Fit Indices .....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	48
Tabel 4.6 Frekuensi dan Persentase Jawaban Variabel Trust .....	49
Tabel 4.7 Frekuensi dan Persentase Jawaban .....	51
Tabel 4.8 Frekuensi dan Persentase Jawaban .....	54

