

**PENGARUH *PERCEIVED RISK* DAN *CREDIBILITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* JASA WAR TIKET
KONSER MELALUI *TRUST* DI INDONESIA
(STUDI EMPIRIS KONSER K-POP)**

ZAHRA AISYAH ANDARI PRAYUDI

1710622027



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI SI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED RISK AND CREDIBILITY
ON PURCHASE INTENTION OF CONCERT TICKET ‘WAR’
SERVICES THROUGH TRUST IN INDONESIA
(AN EMPIRICAL STUDY OF K-POP CONCERTS)***

ZAHRA AISYAH ANDARI PRAYUDI

1710622027



Intelligentia - Dignitas

***This Thesis Is Prepared As One of Requirements to Obtain A
Bachelor Of Business Degree at The Faculty of Economics and
Business Universitas Negeri Jakarta***

**DIGITAL BUSINESS STUDIES PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. NIP. 197701112008122003 (Ketua Penguji)		
2	Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom NIP. 198904142024061001 (Penguji 1)		
3	Inkreswari Retno Hardini, S.Kom., M.T. NIP. 199502132024062001 (Penguji 2)		
4	Dr. Munawaroh, S.E., M.Si. NIP. 197503302008122002 (Pembimbing 1)		
5	Fauzan Fadlullah, S.Ak., M.Kom. NIP. 199705232024061001 (Pembimbing 2)		
Nama : Zahra Aisyah Andari Prayudi No. Registrasi : 1710622027 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 15 Januari 2026			

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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Risk* dan *Credibility* terhadap *Purchase Intention* Jasa War Tiket Konser melalui *Trust* di Indonesia (Studi Empiris Konser K-Pop)” beserta seluruh isinya merupakan karya asli yang disusun dan belum pernah diajukan baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya untuk mendapatkan gelar akademik sarjana.
2. Adapun pengutipan ilmu, dikutip sesuai dengan etika keilmuan yaitu tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 13 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Zahra Aisyah Andari Prayudi

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Zahra Aisyah Andari Prayudi
NIM : 1710622027
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / SI Bisnis Digital
Alamat email : zahrazaisyahh@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh *Perceived Risk* dan *Credibility* terhadap *Purchase Intention* Jasa War Tiket Konser melalui *Trust* di Indonesia (Studi Empiris Konser K-Pop)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin 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, 20 Januari 2026
Penulis

(Zahra Aisyah Andari Prayudi)

ABSTRAK

Zahra Aisyah Andari Prayudi, Pengaruh Perceived Risk Dan Credibility Terhadap Purchase Intention Jasa War Tiket Konser Melalui Trust Di Indonesia (Studi Empiris Pada Konser K-Pop), Skripsi Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. 2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* dan *credibility* terhadap *purchase intention* jasa war tiket konser dengan *trust* sebagai variabel mediasi. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner *online* yang disebarluaskan menggunakan Google Form melalui platform X (Twitter) tepatnya pada komunitas “SEVENTEEN NEW_ IN JAKARTA SOON”, yang diketahui secara aktif digunakan untuk berbagi informasi konser, *tips war* tiket, serta transaksi jual beli tiket antaranggota sehingga relevan untuk menggambarkan perilaku konsumen dalam penggunaan jasa war tiket konser. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, melibatkan sebanyak 105 responden dengan total 13 indikator yang mencakup variabel 4 indikator *perceived risk*, 4 indikator variabel *credibility*, 5 indikator variabel *trust*, dan 4 indikator variabel *purchase intention*. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator variabel. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan pengujian mediasi melalui teknik *bootstrapping*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* dan *purchase intention*, serta *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Selain itu, *trust* terbukti memediasi secara parsial hubungan antara *credibility* dan *purchase intention*. Sebaliknya, *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust* maupun *purchase intention*, serta tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap *purchase intention* melalui *trust*. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks jasa war tiket konser K-Pop di Indonesia, faktor *credibility* dan *trust* lebih dominan dalam membentuk *purchase intention* dibandingkan *perceived risk*.

Kata Kunci: *perceived risk, credibility, trust, purchase intention, war tiket konser, k-pop.*

ABSTRACT

Zahra Aisyah Andari Prayudi. The Influence Of Perceived Risk And Credibility On Purchase Intention Of Concert Ticket ‘War’ Services Through Trust In Indonesia (An Empirical Study Of K-Pop Concerts), Thesis. Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026

This study aims to examine the influence of perceived risk and credibility on purchase intention toward concert ticket “war” services, with trust serving as a mediating variable. This research employs a quantitative approach, with data collected through an online questionnaire distributed via Google Form to members of the “SEVENTEEN NEW_ IN JAKARTA SOON” community on the X (Twitter) platform. The community is known for actively sharing concert information, ticketing strategies, and peer-to-peer ticket transactions, making it relevant for representing consumer behavior toward concert ticket third-party services. The sample was determined using a purposive sampling technique based on specific criteria, involving 105 respondents with a total of 13 indicators covering 4 perceived risk indicators, 4 credibility indicators, 5 trust indicators, and 4 purchase intention indicators. The research instrument used a 5-point Likert scale to measure respondents’ perceptions of each variable indicator. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method, with mediation testing conducted through bootstrapping techniques. The results indicate that credibility has a positive and significant effect on trust and purchase intention, and trust also has a positive and significant effect on purchase intention. Furthermore, trust partially mediates the relationship between credibility and purchase intention. In contrast, perceived risk does not have a significant effect on trust or purchase intention, nor does it have an indirect effect on purchase intention through trust. These findings suggest that in the context of K-Pop concert ticket “war” services in Indonesia, credibility and trust play a more dominant role in shaping purchase intention than perceived risk.

Keywords: perceived risk, credibility, trust, purchase intention, concert ticket war, k-pop.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Papa dan Mama tercinta, yang setiap doa, kasih sayang, kesabaran, dan restunya menjadi sumber kekuatan utama dalam setiap langkah yang penulis tempuh. Dukungan yang tak pernah terputus, baik secara moral maupun material, menjadi pijakan terkuat hingga penulis mampu menyelesaikan perjalanan ini. Persembahan ini juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing dan seluruh dosen yang telah dengan sabar, tulus, dan penuh dedikasi membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tidak lupa kepada sahabat, teman seperjuangan dan pasangan penulis yang telah menjadi tempat berbagi cerita, lelah, semangat, serta kebingungan dalam setiap proses. Kebersamaan dan dukungan kalian menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan untuk diri sendiri, yang telah berjuang menyelesaikan skripsi di tengah proses magang, menyelesaikan sisa perkuliahan, serta menjalani berbagai kegiatan lainnya. Di saat lelah, ragu, dan ingin menyerah, penulis tetap memilih untuk bertahan dan melangkah hingga akhir. Semoga karya ini menjadi pengingat bahwa setiap proses yang dijalani dengan kesungguhan, komitmen, dan ketekunan tidak pernah mengkhianati hasil.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul "*Pengaruh Perceived Risk dan Credibility terhadap Purchase Intention Jasa War Tiket Konser melalui Trust di Indonesia (Studi Empiris pada Konser K-Pop)*" sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas dedikasi dalam memimpin dan mengembangkan kualitas pendidikan di lingkungan fakultas.
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. selaku Koordinator Program Studi Bisnis Digital atas koordinasi dan pembinaan akademik yang diberikan selama masa studi.
3. Dr. Munawaroh, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Fauzan Fadlullah, S.Ak., M.Kom selaku Dosen Pembimbing II atas dukungan, masukan, dan ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta atas doa, dukungan moral, materi, dan semangat yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

6. Rekan-rekan mahasiswa Bisnis Digital 2022 dan sahabat seperjuangan yang senantiasa memberikan motivasi, bantuan, serta kebersamaan selama menjalani proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh responden penelitian, khususnya CARATs yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian instrumen penelitian sehingga data yang diperlukan dapat terkumpul dengan baik.
8. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Prasetyo Ady Nugroho Putra yang telah menjadi bagian dalam proses perjalanan dalam menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen, *digital entrepreneur* dan industri ekonomi kreatif, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Jakarta, 13 Januari 2026

Penulis,
Zahra Aisyah Andari Prayudi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Teori Pendukung.....	8
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	9
2.1.3 <i>Perceived Risk</i>	11
2.1.4 <i>Credibility</i>	13
2.1.5 <i>Trust</i>	14

2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Teori & Pengembangan Hipotesis.....	22
2.3.1 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.3.1.1 <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	22
2.3.1.2 <i>Credibility</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	22
2.3.1.3 <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Trust</i>	23
2.3.1.4 <i>Credibility</i> terhadap <i>Trust</i>	24
2.3.1.5 <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	24
2.3.1.6 <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i>	25
2.3.1.7 <i>Credibility</i> berpengaruh terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i>	26
2.3.2 Kerangka Teori.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	28
3.2 Desain Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Pengembangan Instrumen.....	32
3.4.1 Definisi Konseptual.....	32
3.4.2 Definisi Operasional.....	33
3.4.3 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.4.3.1 Instrumen Penelitian.....	36
3.5 Skala Pengukuran.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	41

3.7.2 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	42
3.7.3 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	43
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Penelitian.....	47
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.3 Deskripsi Statistik Variabel.....	50
4.3.1 Distribusi Frekuensi <i>Purchase Intention</i>	50
4.3.2 Distribusi Frekuensi <i>Perceived Risk</i>	52
4.3.3 Distribusi Frekuensi <i>Credibility</i>	53
4.3.4 Distribusi Frekuensi <i>Trust</i>	54
4.4 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	56
4.4.1 <i>Convergent Validity</i>	56
4.4.2 <i>Discriminant Validity</i>	57
4.4.3 <i>Reliability</i>	58
4.5 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	59
4.5.1 <i>Collinearity Diagnostics</i>	60
4.5.2 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	61
4.5.3 <i>Coefficient of Determination</i> (R^2).....	62
4.5.4 <i>Standardized Root Mean Square Residual</i>	63
4.6 Pengujian Hipotesis.....	64
4.7 Struktural (<i>Structural Model</i>).....	70
4.8 <i>Output</i>	71
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Implikasi.....	76
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	76

5.2.2 Implikasi Praktis.....	76
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.4 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jenis pertunjukan seni tahun 2024.....	1
Gambar 1.2 Antusiasme budaya korea selatan di Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Konser K-Pop dengan penghasilan tertinggi di 2023-2024.....	3
Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
Gambar 2.2 Kerangka teori penelitian.....	27
Gambar 3.1 Komunitas “SEVENTEEN NEW_ IN JAKARTA SOON”.....	30
Gambar 4.1 <i>Structural Model</i>	71
Gambar 4.2 <i>Prototype Website Booking Jasa War Tiket Konser</i>	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Pemetaan Jurnal.....	16
Tabel 3.1 Timeline Waktu Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 3.3 Skala Likert.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	47
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi <i>Purchase Intention</i>	50
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi <i>Perceived Risk</i>	52
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi <i>Credibility</i>	53
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi <i>Trust</i>	54
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	56
Tabel 4.7 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	57
Tabel 4.8 <i>Reliability</i>	58
Tabel 4.9 <i>Collinearity Diagnostics</i>	60
Tabel 4.10 <i>Predictive Relevance</i>	61
Tabel 4.11 <i>Coefficient of Determination</i>	62
Tabel 4.12 SRMR.....	63
Tabel 4.13 Model Struktural (Pengaruh Langsung).....	64
Tabel 4.14 Model Struktural (Pengaruh Tidak Langsung).....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Draft</i> Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Bimbingan.....	90
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing.....	94
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	95
Lampiran 5 Kartu Perbaikan dan Saran.....	96
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	98
Lampiran 7 Lembar Persetujuan Setelah Sidang Skripsi.....	99
Lampiran 8 Bukti Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 9 Hasil Uji Turnitin.....	101