



**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI SHOPEE DI KOTA DEMAK**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

NATASYA NORMA FITRIYA

NIM. 202011315

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI SHOPEE DI KOTA DEMAK**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

NATASYA NORMA FITRIYA

NIM. 202011315

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI SHOPEE DI KOTA DEMAK**

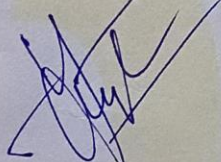
Nama : Natasya Norma Fitriya
NIM : 202011315
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

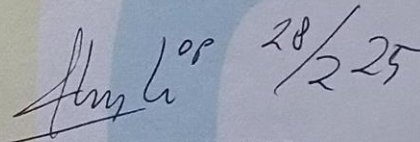
Kudus, 4 Maret 2025

Pembimbing I



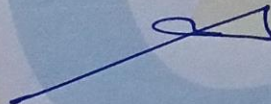
(Dr. Dwi Soegiarto., S.E., M.M)
NIDN. 0620117103

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)
NIDN. 0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI SHOPEE DI KOTA DEMAK**

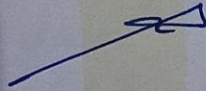
Nama : Natasya Norma Fitriya
NIM : 202011315
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

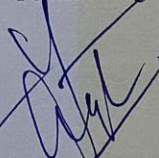
Kudus, 6 Maret 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi



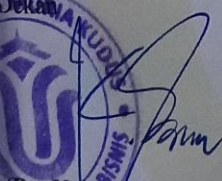
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



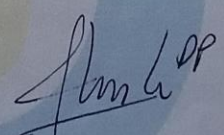
(Dr. Dwi Soegiarto., S.E., M.M)
NIDN. 0620117103

Mengetahui,




(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II

 28/2/25

(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah kehendaknya kamu berharap”

(Al-Insyirah : 6-8).

Persembahan:

1. Orang tua: Bapak Machmudun
dan Ibu Nur hidayah
2. Adik: Raffi Junia Putra
3. Keluarga Besar
4. Dosen Pembimbing
5. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee di Kota Demak” disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Muria Kudus (UMK) Prof. Dr. Ir. Darsono yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. yang telah mengarahkan penulis dalam mengikuti perkuliahan.
3. Ketua Program Studi Manajemen Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. yang telah mengarahkan penulis dalam mengikuti perkuliahan serta membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan.
4. Dr. Dwi Soegiarto., S.E., M.M. selaku Pembimbing I dan Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan serta menyelesaikan skripsi.

5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen dan dosen lain yang telah memberikan pengajaran dan pendidikan pada penulis selama perkuliahan.
6. Bapak, ibu, dan adik saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan tiada henti dalam penyusunan skripsi.
7. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan dukungan setiap saat.

Kudus, 4 Maret 2025

Penulis



NATASYA NORMA FITRIYA

NIM : 202011315

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
APLIKASI SHOPEE DI KOTA DEMAK**

Pembimbing 1 : Dr. Dwi Soegiarto., S.E., M.M.

2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengelolaan datanya menggunakan program SEM AMOS. Populasi dalam penelitian ini adalah *e-commerce* Shopee di Kota Demak yang tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 100 responden. Berdasarka hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli; Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli; Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; Persepsi risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian; Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: kemudahan penggunaan, persepsi risiko, minat beli, keputusan pembelian

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
APLIKASI SHOPEE DI KOTA DEMAK**

Pembimbing 1 : Dr. Dwi Soegiarto., S.E., M.M.

2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of ease of use, perceived risk on purchase intention and purchase decisions. This research uses quantitative methods. Data management uses the AMOS SEM program. The population in this research is Shopee e-commerce in Demak City, the exact population size is not known. The sample in this study was selected using a purposive sampling technique. The number of samples used by researchers was 100 respondents. Based on the results of the research that has been carried out, the conclusions are obtained: Ease of use has a positive and significant effect on Purchase Interest; Perception of risk has a positive and significant effect on purchase intention; Ease of use has a positive and significant effect on purchasing decisions; Perception of risk has a positive and insignificant effect on purchasing decisions; Purchase interest has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *ease of use, risk perception, purchase intention, purchase decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	14
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Manfaat Praktis.....	16
1.5.2 Manfaat Teoritis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 <i>Grand Theory</i>	17
2.1.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.2 Kemudahan Penggunaan	19
2.1.3 Persepsi Risiko	22
2.1.4 Minat Beli	24
2.1.5 Keputusan Pembelian	26
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.2.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	29
2.2.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli	29

2.2.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.2.4 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.2.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3 Tinjauan Peneliti Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.5 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.2.1 Variabel Penelitian	41
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.4.1 Populasi	47
3.4.2 Sampel	48
3.5 Pengumpulan Data	49
3.6 Uji Instrumen Penelitian	49
3.6.1 Uji Validitas.....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.7 Pengelolaan Data	51
3.8 Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Sejarah Singkat <i>E-Commerce</i> Shopee Indonesia	62
4.1.2 Visi dan Misi	63
4.1.3 Profil dan Lembaga Status.....	64
4.2 Penyajian Data	64
4.2.1 Data Responden.....	64
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	67
4.3 Hasil Analisis Data	70

4.3.1 Hasil Analisis Konfirmatori	71
4.3.2 Hasil Uji Validitas	82
4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas	85
4.3.4 Uji Normalitas	85
4.3.5 Hasil Uji <i>Outliers</i>	86
4.3.6 Hasil Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	87
4.4 Pembahasan.....	95
4.4.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	95
4.4.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli.....	95
4.4.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian	96
4.4.4 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian	97
4.4.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.4.6 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.....	99
4.4.7 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Prasurvei dari 50 Orang Variabel Kemudahan Penggunaan	5
Tabel 1.2 Hasil Prasurvei dari 50 Orang Variabel Persepsi Risiko.	7
Tabel 1.3 Hasil Prasurvei dari 50 Orang Variabel Minat Beli	9
Tabel 1.4 Hasil Prasurvei dari 50 Orang Variabel Keputusan Pembelian	11
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	66
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan	67
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Risiko	68
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli	69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.8 Hasil Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	72
Tabel 4.9 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	73
Tabel 4.10 Hasil Model <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	74
Tabel 4.11 Hasil <i>Standardized Regression Wights</i> Variabel EksogenSetelah Perbaikan	75
Tabel 4.12 Hasil Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	76
Tabel 4.13 Hasil <i>Standardized Regression Wights</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	77
Tabel 4.14 Hasil Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan	78
Tabel 4.15 Hasil <i>Standardized Regression Wights</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan	79

Tabel 4.16 Hasil Kriteria Goodness of Fit Indices Full Measurement	
Sebelum Perbaikan	80
Tabel 4.17 Hasil Kriteria Goodness of Fit Indices Full Measurement	
Setelah Perbaikan	82
Tabel 4.18 Hasil Uji CFA (Confirmatory Factor Analisis)	83
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	84
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	84
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Outliers</i>	87
Tabel 4.24 Uji Full Model Goodness of Fit SEM	88
Tabel 4.25 Hasil Standardized Regression Weights	89
Tabel 4.26 Hasil Squared Multiple Correlations.....	90
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis	91
Tabel 4.28 Hasil Uji Mediasi	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia 2018-2024	2
Gambar 1.2 Situs <i>E-commerce</i> Dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia 2024	3
Gambar 1.3 Hasil Tangkap Layar dari Aplikasi Shopee di Google Play Store	5
Gambar 1.4 Hasil Tangkap Layar dari Aplikasi Shopee di Google Play Store	8
Gambar 1.5 Hasil Tangkap Layar dari Aplikasi Shopee di Google Play Store	10
Gambar 1.6 Hasil Tangkap Layar dari Aplikasi Shopee di Google Play Store.	12
Gambar 2.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee di Kota Demak.	39
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	71
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	74
Gambar 4.3 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	76
Gambar 4.4 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan	78
Gambar 4.5 Hasil Analisis Konfirmatori Full Measurement Sebelum Perbaikan	80
Gambar 4.6 Hasil Analisis Konfirmatori Full Measurement Setelah Perbaikan	81
Gambar 4.7 Hasil Analisis Konfirmatori Full Model SEM	88