



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA  
APLIKASI TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Dinda Prinita Hapsari**

**NIM : 14020217120007**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dinda Prinita Hapsari  
Nomor Induk Mahasiswa : 14020217120007  
Tempat / Tanggal Lahir : Tangerang, 3 September 1999  
Departemen / Program Studi : Administrasi Bisnis  
Alamat : Jalan Kelapa Hybrida Utara I GC 2/21 Sektor  
6 Gading Serpong, Tangerang

Menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul:

### **Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Risk* terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

  
**Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si**  
NIP. 197806052003122003

Pembimbing  
Pembuat Pernyataan,

  
**Dinda Prinita Hapsari**  
NIM. 14020217120007

Semarang, 26 Februari 2022

  
Ketua Program Studi

**Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197603302003122001

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Risk* terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna aplikasi Tokopedia di Kota Semarang

Nama Penyusun : Dinda Prinita Hapsari

NIM : 14020217120007

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

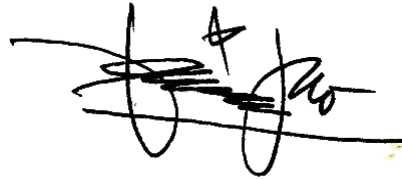
Semarang, 29 Juni 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.  
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.  
NIP. 19690822 199403 1 003

### Dosen Pembimbing

1. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si

(.....)

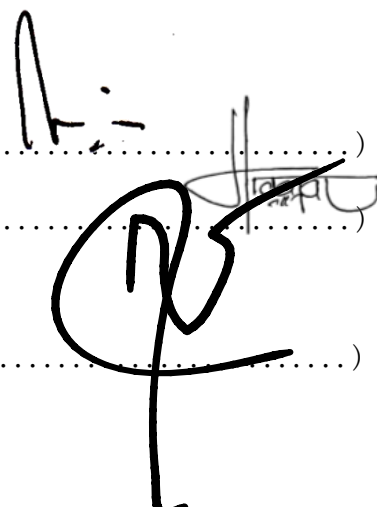
2. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

(.....)

### Dosen Penguji

1. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si

(.....)



## MOTTO

*"I walk slowly, but I never walk backward"*

— Abraham Lincoln

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu serta adik saya, terima kasih telah memberikan dukungan baik moral maupun materiil serta semangat dan kesabaran yang tiada habisnya menemani hari-hari saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing saya Pak Andi dan Pak Wahyu yang senantiasa membimbing dari awal proposal hingga selesai penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingannya.
3. Aaqila, Dhilah, Fanny, Adya, Maul, Bimo, Kemara sebagai teman seperjuangan terima kasih telah menemani saya dan meluangkan waktunya untuk membantu dan memberikan dukungan emosional kepada saya.
4. Nisrina dan Agnes sebagai teman terdekat selama masa kepengurusan UKM Softbal terima kasih atas ikatan pertemanan yang erat menjadikan kita keluarga dan memberikan *support* satu dengan lainnya.
5. Clara, Jessica, Michelia, dan Abeline selaku tetangga terdekat, teman seumur hidup saya selama 22 tahun ini, terima kasih atas support dan selalu siap membantu saya
6. Teman-teman UKM Softball Baseball yang telah membantu dan memberikan *support*.
7. Dinda Prinita Hapsari alias saya sendiri. *I am grateful for all I am, I am grateful to be able to show gratitude even in the worst situation, I am grateful for everything I have, I am grateful for always trying to give more, and right now I give thanks for being able to spend time with my family and loved ones.*

## **Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang**

### **ABSTRAKSI**

Laju pertumbuhan bisnis *marketplace* meningkat pesat seiring dengan berkembangnya pemakai internet. Hal ini dikarenakan tren *online shopping* yang memberikan rasa nyaman untuk berbelanja daring: mereka bisa berbelanja dengan nyaman tanpa mengkhawatirkan jam buka toko yang tidak menentu, macet, dan persediaan yang tidak ada di toko. Tokopedia sebagai laman *website marketplace* dari Indonesia yang berhasil memanfaatkan peluang di pasar bisnis dalam negeri. Tokopedia memiliki misi dalam pemerataan ekonomi secara daring dengan mendorong masyarakat Indonesia agar memulai kegiatan jual beli secara daring. Tokopedia pun mendukung usaha kecil menengah dan individu guna yang bekerja sama dengan pemerintah, serta pihak lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e-service quality* dan *perceived risk* terhadap keputusan pembelian *marketplace* Tokopedia di Kota Semarang, dengan tipe penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan teknik nonprobability sampling dan metode purposive sampling. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan di analisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel *e-service quality* dan *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia di Kota Semarang. Saran yang diberikan adalah Tokopedia dapat mengoptimalkan *search engine optimization* (SEO), rutin melakukan pengecekan sistem aplikasi dan tanggap dalam menanggapi *error* dan *bugs*, tidak ditampilkan di halaman dan lebih jelas lagi mengenai syarat dan ketentuan promo, dan dapat menambahkan fitur keamanan secara otomatis dan meningkatkan keamanan data secara internal maupun bekerjasama dengan pihak ketiga institusi siber keamanan.

*Keywords: e-service quality, perceived risk, keputusan pembelian.*

***Effect of E-Service Quality and Perceived Risk on Purchase Decisions for  
Tokopedia application users in Semarang City***

**ABSTRACT**

*The growth rate of the marketplace business is increasing rapidly along with the development of internet users. This is due to the online shopping trend that describes the convenience of shopping online: they can shop comfortably without worrying about erratic store opening hours, traffic jams, and out-of-store supplies. Tokopedia as a marketplace website page from Indonesia that has succeeded in taking advantage of opportunities in the domestic business market. Tokopedia has a mission to equalize the online economy by encouraging Indonesians to start buying and selling activities online. Tokopedia also supports small and medium businesses and individuals who collaborate with the government and other parties.*

*This study aims to determine the effect of e-service quality and perceived risk on the purchasing decisions of the Tokopedia marketplace in Semarang City, with the type of research used, namely explanatory research. The sampling technique used is the non-probability sampling technique and the purposive sampling method. In this study, the sample used was 100 respondents and analyzed using a quantitative approach. Data processing is done by using validity and reliability tests, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression, multiple linear regression, t test and F test.*

*The conclusion of this study is that the e-service quality and perceived risk variables have a significant effect on the purchasing decision variables at the Tokopedia marketplace in Semarang City. The advice given is that Tokopedia can optimize search engine optimization (SEO), routinely check the application system and be responsive in responding to errors and bugs, not be displayed on the page and be clearer about the terms and conditions of the promo, and can add security features automatically and improve data security internally or in collaboration with third-party cybersecurity institutions.*

*Keywords: e-service quality, perceived risk, purchase decision*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I Universitas Diponegoro agar mencapai gelar sarjana. Penyusunan skripsi ini dibuat dengan sadar bahwa tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan baik secara materiil maupun moril dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan hati, saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fisip Undip.
2. Dr. Widiartanto, M. Ab selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis Undip.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Undip dan dosen wali serta penguji dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen pembimbing dan penguji dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Seluruh keluarga besar yang selalu mendukung, memberikan dorongan, motivasi, dan doa untuk keberhasilan penulis dalam menyussun skripsi ini.
8. Teman-teman dan semua pihak yang telah membatu menyelesaikan penelitian ini
9. Seluruh responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner

Walaupun demikian, dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis sadar bahwa belum sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat dibutuhkan untuk kesempurnaan karya ilmiah ini. Namun demikian adanya, semoga karya ilmiah ini memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 17 Maret 2022



Dinda Prinita Hapsari

14020217120019



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI) .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5 Kerangka Teoretis .....	13
1.5.2 Keputusan Pembelian .....	18
1.5.3 Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	20
1.5.4 <i>Electronic Service Quality</i> .....	24
1.5.5 <i>Perceived Risk</i> .....	27
1.5.6 Pengaruh Antar Variabel .....	30
1.5.7 Penelitian Terdahulu .....	32
1.6 Hipotesis .....	34
1.7 Definisi Konsep .....	35
1.8 Definisi Operasional .....	35
1.9 Metode Penelitian .....	38
1.9.1 Tipe Penelitian .....	38
1.9.2 Populasi dan Sampel .....	38
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	39
1.9.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	40
1.9.5 Skala Pengukuran .....	40
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data .....	41
1.9.7 Instrumen Penelitian .....	42
1.9.8 Teknik Analisis .....	43
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	51
2.1 Sejarah Tokopedia .....	51
2.2 Visi, Misi, dan Logo Tokopedia .....	52
2.2.1 Visi Tokopedia .....	52

2.2.2 Misi Tokopedia .....	52
2.2.3 Logo Tokopedia .....	52
2.3 DNA Tokopedia .....	53
2.4 Lokasi Perusahaan .....	54
2.5 Produk Perusahaan .....	54
2.6 Struktur Organisasi .....	56
2.7 Profil Responden .....	59
2.7.1. Profil Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	60
2.7.2 Profil Responden Berdasarkan Umur .....	60
2.7.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	61
2.7.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
2.7.5 Profil Responden Berdasar Pendapatan per Bulan .....	62
2.7.6 Profil Responden Berdasar Pengeluaran per Bulan .....	63
2.7.7 Profil Responden Berdasar Lama Periode menjadi Pengguna Tokopedia .....	64
2.7.8 Profil Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja .....	64
2.7.9 Profil Responden Berdasar Kategori Barang yang Sering Dibeli .....	65
2.7.10 Profil Responden Berdasar Sumber Informasi Tokopedia .....	66
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	67
3.1.1 Uji Validitas .....	67
3.1.2 Uji Reliabilitas .....	72
3.2 Hasil Penelitian .....	73
3.2.1 Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	73
3.2.2 Variabel <i>Perceived Risk</i> .....	91
3.2.3 Variabel Keputusan Pembelian .....	103
3.3 Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	109
3.3.1 Koefisien Korelasi .....	109
3.3.2 Koefisien Determinasi .....	110
3.3.3 Regresi Linear Sederhana .....	111
3.3.4 Uji t .....	112
3.4 Analisis Pengaruh <i>Perceived Risk</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	113
3.4.1 Koefisien Korelasi .....	113
3.4.2 Koefisien Determinasi .....	114
3.4.3 Regresi Linear Sederhana .....	115
3.4.4 Uji t .....	116
3.5 Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X1) dan <i>Perceived Risk</i> (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) .....	117
3.5.1 Koefisien Korelasi Berganda .....	117
3.5.2 Koefisien Determinasi .....	118
3.5.3 Regresi Linear Berganda .....	119
3.5.4 Uji Signifikansi (Uji F) .....	121
3.6 Pembahasan .....	123

3.6.1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	123
3.6.2 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	124
3.6.3 Pengaruh <i>E-Service Quality, Perceived Risk</i> terhadap Keputusan Pembelian	126
BAB IV PENUTUP .....	128
4.1 Kesimpulan .....	128
4.2 Saran .....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	134

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Presentase Penelusuran Topik Smartphone di Semarang tahun 2018 – 2021.....	2
Gambar 1. 2 Grafik Perbandingan Jumlah Pengunjung Top 3 Marketplace .....	6
Gambar 1. 3 Model Hipotesis .....	34
Gambar 1. 4 Kurva Uji t Two Tail.....	49
Gambar 1. 5 Kurva Uji F .....	50
Gambar 2. 1 Logo Tokopedia .....	52
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Tokopedia Indonesia.....	57
Gambar 3. 1 Kurva Uji t E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian .....	113
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Perceived Risk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). 117	
Gambar 3. 3 Kurva Uji F E-Service Quality (X1) dan Perceived Risk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	123

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peta Pengguna Internet per Provinsi tahun 2020 .....	2
Tabel 1. 2 Nilai Transaksi Marketplace 2018-2020.....	4
Tabel 1. 3 Data Rata – Rata Pengunjung Tokopedia tahun 2018 - 2020.....	7
Tabel 1. 4 Marketplace Research 2021 .....	7
Tabel 1. 5 Data Keluhan Pelanggan Tokopedia.....	9
Tabel 1. 6 Penelitian Terdahulu Pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	10
Tabel 1. 7 Penelitian Terdahulu Pengaruh Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian.....	11
Tabel 1. 8 Jenis Perilaku dan Keterlibatan Pembeli.....	16
Tabel 1. 9 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 1. 10 Intepretasi Koefisien Korelasi.....	45
Tabel 3. 1 Uji Validitas E-Service Quality .....	68
Tabel 3. 2 Uji Validitas Perceived Risk.....	69
Tabel 3. 3 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	71
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Penelitian .....	72
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap variabel E-Service Quality ...	87
Tabel 3. 6 Kategorisasi variabel E-Service Quality .....	90
Tabel 3. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap variabel perceived risk.....	100
Tabel 3. 8 Kategorisasi variabel Perceived Risk .....	102
Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	106
Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	108
Tabel 3. 11 Hasil Analisis Korelasi E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian .....	110
Tabel 3. 12 Koefisien Determinasi E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian .....	110
Tabel 3. 13 Uji Regresi Linear Sederhana E-service Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	111
Tabel 3. 14 Hasil Koefisien Korelasi Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian .....	114
Tabel 3. 15 Hasil Koefisien Determinasi Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian.....	114
Tabel 3. 16 Hasil Regresi Linear Sederhana Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian.....	115
Tabel 3. 17 Hasil Koefisien Korelasi Berganda E-Service Quality dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian.....	118
Tabel 3. 18 Hasil Koefisien Determinasi E-Service Quality dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian.....	118
Tabel 3. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda E-Service Quality dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian.....	119

Tabel 3. 20 Hasil Uji F E-Service Quality dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian..... 121