



**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, RISIKO PERSEPSIAN,
DAN KEGUNAAN PERSEPSIAN TERHADAP NIAT UNTUK
BERTRANSAKSI SECARA ONLINE
(Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com)**

SKRIPSI

Oleh :

**IHRUM CAESAR ANANTA PUTRA
NIM: 090810301061**

**S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, RISIKO PERSEPSIAN,
DAN KEGUNAAN PERSEPSIAN TERHADAP NIAT UNTUK
BERTRANSAKSI SECARA ONLINE
(Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1)
dan Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

IHROM CAESAR ANANTA PUTRA

NIM: 090810301061

**S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Puji syukur Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segenap hati, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan, pengorbanan dan doa yang tiada henti-hentinya.
2. Saudara-saudara tersayang, yang selalu memberikan dorongan semangat, inspirasi dan doa.
3. Guru-guru dan dosen-dosen yang telah membimbingku sejak TK hingga Perguruan Tinggi.
4. Sahabat-sahabatku yang telah menjadi keluarga bagiku.
5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang aku banggakan.

MOTTO

”Garuda di dadaku, Islam di hatiku”

(Cristian Gonzalez)

”Harta yang paling berharga, Istana yang paling indah, Puisi yang paling bermakna,
Mutiara tiada tara adalah KELUARGA”

(OST Keluarga Cemara)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ihrom Caesar Ananta Putra

NIM : 090810301061

Jurusan : S1 Akuntansi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “*Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman, Risiko Persepsian, dan Kegunaan Persepsian Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online (Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com)*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 21 Oktober 2013

Yang menyatakan,

Ihrom Caesar Ananta Putra

NIM 090810301061

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, RISIKO PERSEPSIAN, DAN KEGUNAAN PERSEPSIAN TERHADAP NIAT UNTUK BERTRANSAKSI SECARA ONLINE (Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com)

Oleh

Ihrom Caesar Ananta Putra

NIM 090810301061

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Wahyu Agus Winarno, SE., M.Sc., Ak.

Dosen Pembimbing II : Alfi Arif, SE., M.Ak., Ak.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN,
RISIKO PERSEPSIAN, DAN KEGUNAAN PERSEPSIAN
TERHADAP NIAT UNTUK BERTRANSAKSI SECARA
ONLINE (Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com)

Nama Mahasiswa : Ihrom Caesar Ananta Putra

N I M : 090810301061

Jurusan : S-1 AKUNTANSI

Tanggal Persetujuan : 17 Mei 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Wahyu Agus Winarno, SE., M.Sc., Ak.

NIP 19830810 200604 1 001

Alfi Arif, SE., M.Ak., Ak.

NIP 19721004 199903 1 001

Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Alwan S. Kustono, SE., M.Si., Ak.

NIP 19720416 200112 1 001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN, RISIKO PERSEPSIAN, DAN
KEGUNAAN PERSEPSIAN TERHADAP NIAT UNTUK BERTRANSAKSI
SECARA ONLINE
(Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ihrom Caesar Ananta Putra
NIM : 090810301061
Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

21 Oktober 2013

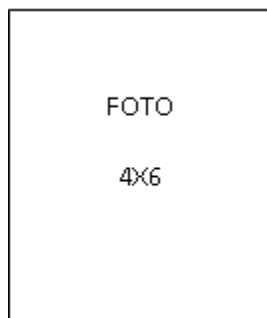
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Taufik Kurrohman SE, M.SA, Ak. (.....)
NIP 19820723 200501 2 002

Sekretaris : Indah Purnamawati SE, M.Si, Ak. (.....)
NIP 19691011 199702 2 001

Anggota : Dr. Muhammad Miqdad, SE, MM, Ak. (.....)
NIP 19710727 199512 1 001



Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. M. Fathorrazi, SE, M.Si
NIP 19630614 199002 1 001

Ihrom Caesar Ananta Putra

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman, Risiko Persepsian, dan Kegunaan Persepsian Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 yaitu Pengunjung web MurahGrosir.com. Dimana pengunjung web ini merupakan orang-orang yang pernah bertransaksi secara online. Alat statistik yang digunakan adalah Analisis Regresi. Data dianalisis dengan menggunakan software statistik SPSS v 15. Hasil dari penelitian ini variable kepercayaan, pengalaman, dan kegunaan persepsian berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online, sedangkan variable risiko persepsian tidak berpengaruh.

Kata kunci: Transaksi Online, Kepercayaan, Pengalaman, Risiko Persepsian, dan Kegunaan Persepsian.

Ihrom Caesar Ananta Putra

Accounting Major, Faculty of Economics, Jember University

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of belief, experience, perceived risk, and perceived usefulness to intention online transaction. The sample in this study was 50 which MurahGrosir.com web visitors. This is where web visitors are people who never transact online. Statistical tool used is regression analysis. Data were analyzed using statistical software SPSS v 15. The results of this study variable trust, experiences, and perceived usefulness influence the intention to transact online, while the perceived risk variable has no effect.

Keywords: *Online Transaction, Trust, Experience, Perceived Risk, Perceived Usefulness, and Intention Online Transaction.*

RINGKASAN

Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman, Risiko Persepsian, dan Kegunaan Persepsian Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online (Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com); Ihrom Caesar Ananta Putra; 090810301061; 2013; halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Saat ini banyak orang yang menggunakan komputer dan internet untuk berbelanja. Aneka informasi yang diperoleh telah mengubah cara mereka bertransaksi berbagai macam barang atau jasa. Internet merupakan media untuk berkomunikasi antara perusahaan dengan konsumen.

Internet merupakan media yang paling ekonomis untuk digunakan sebagai basis sistem informasi. Hubungan antar komputer di internet dilakukan dengan menghubungkan diri ke *link* terdekat, sehingga hubungan fisik biasanya bersifat lokal. Perangkat lunak untuk mengembangkan sistem informasi berbasis internet secara murah dan bahkan gratis. Alasan-alasan di atas menyebabkan Internet menjadi media elektronik yang populer untuk menjalankan bisnis, yang kemudian dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*.

Saat ini di Indonesia transaksi bisnis melalui internet menjadi suatu fenomena bisnis baru, dengan semakin banyaknya situs yang menawarkan barang dan jasa via internet, seperti www.tokoonline.com , www.zalora.co.id , www.bhineka.com dan www.lazada.co.id , kini konsumen di Indonesia mulai beralih dari belanja secara konvensional ke belanja *online*. Bahkan perusahaan perbankan seperti Bank Mandiri, BCA, Bank Niaga, Lippo Bank, Bank Mega dan Bank Danamon saat ini telah menawarkan jasa perbankan via internet yang disebut dengan *E-Banking*.

Untuk mengembangkan suatu kerangka adopsi *e-commerce* integratif, *the theory planned behavior (TPB)*, digunakan sebagai pendekatan dalam dalam penelitian ini. *The theory planned behavior* menyatakan bahwa perilaku ditentukan oleh niat. Niat dibentuk oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Sikap, terbentuk oleh

kepercayaan. Variabel niat adalah kesediaan konsumen untuk bertransaksi secara *online*.

Peneliti melakukan penelitian ini adalah berdasarkan kasus pada Toko Online Murahgrosir.com. Pada objek tersebut terdapat beberapa factor yang mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan transaksi secara online seperti untuk mengidentifikasi faktor yang berperan untuk kesediaan, konsumen untuk bertransaksi secara *online*, dan juga menguji secara empiris pengaruh kepercayaan, pengalaman, risiko persepsian, dan kegunaan persepsian terhadap niat untuk bertransaksi secara online Hasil dari penelitian ini variable kepercayaan, pengalaman, dan kegunaan persepsian berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online, sedangkan variable risiko persepsian tidak berpengaruh.

PRAKATA

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman, Risiko Persepsian, dan Kegunaan Persepsian Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online (Kasus Pada Toko Online MurahGrosir.com)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Fathorrazi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Bapak Dr. Alwan S, Kustono, SE, M.Si, Ak. selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi;
3. Bapak Dr. Ahmad Roziq, SE, M.M, Ak., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
4. Bapak Wahyu Agus Winarno, SE., M.Sc., Ak. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Alfi Arif, SE., M.Ak., Ak. selaku Dosen Pembimbing II.
5. Bapak Taufik Kurrohman. SE, MSA, Ak. Dan Ibu Indah Purnamawati SE, M.Si, Ak, serta Bapak Dr. Muhammad Miqdad, SE, MM, Ak. yang telah bersedia menguji saya;
6. Segenap Bapak dan Ibu dosen, karyawan, dan staf akademik Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan bantuan untuk terselesaikannya skripsi ini;
7. MurahGrosir.com yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan telah memberikan bantuan untuk terselesaikannya skripsi ini;
8. Orang tua tercinta (Subagiyo dan Halimatussakdiyah), saudara terkasih (M.Rizky Januar A.P. dan Rafieqah Sesarina Putri) dan keluarga besar terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang selalu tercurah, doa yang selalu tulus terucap

untuk kelancaran perjalanan hidupku, dukungan, dan nasehat yang tak henti diberikan;

9. Para sahabat yang berfikir bahwa gila adalah cara untuk menjadi matang, Iyok, Dulboy, Elip, Joe, Rian, Tapil, Bumps, Emkade, Makti, Holil, Nungki, Kakeh Dhya, kalian hebat !!!;
10. Para sahabat yang selalu mendukung dan berkorban baik tenaga dan pemikiran selama proses study, Lita, Meme, Wienda, Hadi, Agok, Deny semoga kita bisa sukses bersama !!!;
11. Untuk teman-teman maupun musuh dalam tim futsal, salam sportifitas.!!!;
12. Untuk Firsty Inezhatie, S.kg, terima kasih atas semua pengorbanannya, semoga kita bisa dewasa bersama;
13. Rekan mahasiswa akuntansi angkatan 2009, terima kasih atas kerja sama dan semoga kita sukses selalu;
14. Pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, baik pikiran, tenaga, materi maupun saran demi kelancaran skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa keterbatasan selalu melekat pada diri manusia, maka dengan penuh kerendahan hati penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat dipergunakan sebagai mana mestinya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember, 21 Oktober 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
RINGKASAN	x
PRAKATA.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	6
2.1.2 Kepercayaan	8
2.1.3 Kepercayaan Konsumen Pada Internet	9

2.1.4 Kepercayaan Konsumen Pada <i>E-Commerce</i>	9
2.1.5 Pengalaman Menggunakan Internet	10
2.1.6 Risiko Persepsian	11
2.1.7 Kegunaan Persepsian	12
2.1.8 Niat Bertransaksi Secara <i>Online</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran Teori	15
2.4 Perumusan Hipotesis	16
2.4.1 Hubungan Kepercayaan Terhadap Niat	16
2.4.2 Hubungan Pengalaman Terhadap Niat	18
2.4.3 Hubungan Risiko Persepsian Terhadap Niat	18
2.4.4 Hubungan Kegunaan Persepsian Terhadap Niat	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	20
3.1 Waktu dan Objek Penelitian.....	20
3.2 Jenis Data dan Sumber Data	20
3.3. Metode Pengumpulan Data	20
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.5 Variabel Penelitian	22
3.5.1 Variabel Independen (X)	22
3.5.2 Variabel Dependen (Y)	22
3.6 Definisi Operasional	22
3.6.1 Kepercayaan (X1)	22
3.6.2 Pengalaman (X2)	23
3.6.3 Risiko Persepsian (X3)	23
3.6.4 Kegunaan Persepsian (X4).....	24
3.6.5 Niat (Y)	24
3.7 Teknik Pengukuran	24
3.8 Metode Analisis Data	25

3.8.1 Uji Kualitas Data	25
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.8.3 Pengujian Hipotesis	27
3.9 Kerangka Penelitian	28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1 Karakteristik Responden.....	29
4.2 Analisis data	32
4.2.1 Analisis Deskriptif	32
4.3 Analisis Statistik.....	34
4.3.1 Uji Validitas	34
4.3.2 Uji Reliabilitas	37
4.4 Uji Asumsi Klasik	38
4.4.1 Uji Normalitas.....	38
4.4.2 Uji Multikolinieritas	39
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	40
4.5 Pengujian Hipotesis	40
4.5.1 Regresi Linier Berganda	40
4.5.2 Uji f	41
4.5.3 Uji t	42
4.5.4 Koefisien Determinasi	44
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara <i>Online</i>	44
4.6.2 Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara <i>Online</i>	45
4.6.3 Pengaruh Risiko Persepsian Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara <i>Online</i>	46

4.6.4 Pengaruh Kegunaan Persepsian Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara <i>Online</i>	48
BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Keterbatasan	50
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Penilaian Skor Skala <i>Likert</i>	25
4.1 Jenis Kelamin Responden	30
4.2 Usia Responden	31
4.3 Pekerjaan / Status Responden	31
4.4 Pengalaman Menggunakan Internet.....	32
4.5 Pengalaman Bertransaksi <i>Online</i>	32
4.6 Rekapitulasi Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
4.7 Uji Validitas Niat Bertransaksi Secara <i>Online</i> (Y)	35
4.8 Uji Validitas Kepercayaan (X1).....	36
4.9 Uji Validitas Pengalaman (X2)	36
4.10 Uji Validitas Risiko Persepsian (X3)	37
4.11 Uji Validitas Kegunaan Persepsian (X4)	37
4.12 Uji Reabilitas.....	38
4.13 Kolmogorov-Smirnoff Test.....	39
4.14 Multikolinearitas VIF	39
4.15 Hasil Uji Heteroskedasititas	40
4.16 Analisis Linier Berganda	41
4.17 Rekapitulasi Hasil Uji t.....	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran Teori	15
3.1 Kerangka Penelitian	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian
2. Rekapitulasi Kuesioner
3. Analisis Deskriptif
4. Uji Validitas
5. Uji Reabilitas
6. Uji Normalitas
7. Uji Multikolinearitas
8. Uji Heterokedastisitas
9. Analisis Regresi Linier Berganda