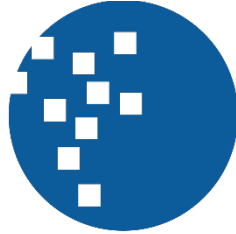


ANALISIS PENGARUH *FINANCIAL RISK, PRODUCT RISK, SECURITY RISK, TIME RISK, SOCIAL RISK, DAN PSYCHOLOGICAL RISK* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION*. TELAAH PADA : KOSMETIK LA ROCHE POSAY



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi

Edwin

0000025333

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI

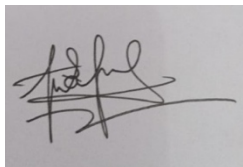
**ANALISIS PENGARUH *FINANCIAL RISK, PRODUCT RISK, SECURITY RISK, TIME RISK, SOCIAL RISK, DAN PSYCHOLOGICAL RISK* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION*. TELAAH PADA :
KOSMETIK LA ROCHE POSAY**

Disusun Oleh :

Nama : Edwin
NIM : 00000025333
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Tangerang, 19 Januari 2023

Ketua Sidang



(Tessa Handra, S.E., M.T.)

0322058406

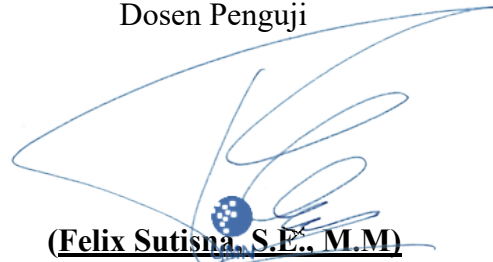
Pembimbing 1



(Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc)

0308118803

Dosen Penguji



(Felix Sutisna, S.E., M.M)

0307067701

Pembimbing 2



**(Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par.,
M.M.,CSP)**

0312087404

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M.,CSP)

0312087404

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Edwin
NIM : 00000025333
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan, atas pengerjaan skripsi saya, dengan judul “Analisis Pengaruh Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, dan Psychological Risk terhadap Online Purchase Intention Telaah Pada : Produk Kosmetik La Roche Posay” adalah murni hasil pekerjaan saya sendiri, dan saya susun sendiri sebagai syarat kelulusan S1 pada Universitas Multimedia Nusantara. Semua kutipan dan gambar pada penelitian ini saya dapatkan dengan sumber data yang asli dan sudah tertulis pada daftar pustaka. Apabila skripsi saya ditemukan kecurangan/penyimpangan, saya bersedia untuk menerima konsekuensi yang berlaku, sesuai dengan aturan yang sudah diterapkan

Tangerang, 2 Januari 2022



Edwin

ABSTRAK

Dalam penjualan online, banyak faktor yang mempengaruhi niat beli online konsumen, terutama ditimbulkan dari faktor berbagai macam resiko, tak terkecuali dalam bisnis kosmetik di Indonesia, faktor tersebut akan mempengaruhi keputusan pembeli untuk melakukan pembelian, faktor resiko yang dirasakan konsumen adalah: *Financial Risk*, *Product Risk*, *Security Risk*, *Time Risk*, *Social Risk*, dan *Psychological Risk*, pada penelitian ini, peneliti akan mengkaji apakah ada hubungan antara faktor *Financial Risk*, *Product Risk*, *Security Risk*, *Time Risk*, *Social Risk*, dan *Psychological Risk* terhadap *Online Purchase Intention*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif, menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuisioner secara online. Dalam mengolah data, peneliti menggunakan teknik regresi linear berganda, dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistik versi 25.

Penelitian ini memperlihatkan hasil yaitu, terdapat 4 faktor resiko yang mempengaruhi, dan dirasakan oleh konsumen yang mempengaruhi niat beli online pada produk kosmetik La Roche Posay, 4 faktor resiko memiliki pengaruh negatif terhadap niat belanja online, faktor tersebut adalah *Financial Risk*, *Product Risk*, *Social Risk*, dan *Psychological Risk*, sementara itu terdapat 2 faktor resiko yang tidak memiliki pengaruh negatif, yaitu faktor *Security Risk*, dan faktor *Time Risk*.

Hasil penelitian ini, diharapkan akan memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan bisnis online dalam kegiatan perdagangan online (*E-Commerce*), penelitian ini diharapkan membantu pelaku bisnis online dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan mereka, dengan meminimalis resiko yang akan terjadi, terutama faktor *Financial Risk*, *Product Risk*, *Social Risk*, dan *Psychological Risk* yang akan dirasakan pada konsumen.

Kata Kunci: Online Purchase Intention, Perceived Risk, Online Consumer Behavior

ABSTRACT

In online sales, there are many factors influence online consumer purchase intention, especially those arising from various risk factors, including the cosmetics business in Indonesia, these factors will influence the buyer's decision to make a purchase, the risk factors perceived by consumers are *Financial Risk*, *Product Risk*, *Social Risk*, *Time Risk*, and *Psychological Risk*. In this study, researchers will examine whether there is a relationship between the factors of *Financial Risk*, *Product Risk*, *Security Risk*, *Social Risk*, *Psychological Risk* to *Online Purchase Intention*.

In this study, researchers used a quantitative method, using a survey method by distributing questionnaires online. In processing the data, the researcher used multiple linear regression techniques, using the IBM SPSS Statistics software version 25.

This study shows the result, there are 4 risk factors that influence, and are felt by consumers that influence online purchase intention for La Roche Posay cosmetic products, 4 risk factors have a negative influence on online shopping intentions, these factors are *Financial Risk*, *Product Risk*, *Social Risk*, and *Psychological Risk*, meanwhile there are 2 risk factors that do not have a negative influence, these factors are *Security Risk*, and *Time Risk*.

The results of this study expected to provide useful information for online business companies in online transaction activities (E-Commerce), this research is expected to help online businesses in determining the right strategy to increase their sales, by minimizing the risks that will occur, especially the factors of *Financial Risk*, *Product Risk*, *Social Risk*, and *Psychological Risk* that will be felt by consumers.

Keywords: Online Purchase Intention, Perceived Risk, Online Consumer Behavior

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat yang diberikan, karena penulis telah menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Social Risk, dan Psychological Risk Terhadap Online Purchase Intention. Telaah Pada : Kosmetik La Roche Posay”. Laporan skripsi ini akan digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan S1 pada program studi manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Atas dukungan yang diterima penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu mendampingi dan memberikan hikmat, kekuatan, dan kesabaran dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
2. Orang tua, yang selalu mendukung dan menyemangati dalam pembelian skripsi ini.
3. Ibu Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu saya dalam memberikan masukan, nasihat, dan semangat yang sangat membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Untuk semua teman-teman penulis yang membantu penulis dalam memberikan semangat dan dukungan moral lainnya, untuk membantu menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Seluruh Responden yang turut andil membantu penulis dalam menjawab pertanyaan guna menyelesaikan laporan skripsi ini.

Peneliti mohon maaf, jika terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan oleh sebab itu peneliti terbuka akan kritik, dan saran yang membangun. Semoga dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berguna dan bisa diterapkan bagi para pembaca skripsi ini, oleh karena itu penulis mengucapkan, terima kasih.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II : LANDASAN TEORI.....	15
2.1. Online Purchase Intention.....	17
2.2. Online Consumer Behavior.....	18
2.3. Perceived Risk.....	18
2.4. Financial Risk	19
2.5. Product Risk.....	20
2.6. Security Risk.....	20
2.7. Time Risk.....	21
2.8. Social Risk	22
2.9. Psychological Risk.....	23
2.10. Pengembangan Hipotesis	24
2.10.1. Pengaruh Financial Risk terhadap Online Purchase Intention.....	24
2.10.2. Pengaruh Product Risk terhadap Online Purchase Intention	25
2.10.3. Pengaruh Security Risk terhadap Online Purchase Intention	26
2.10.4. Pengaruh Time Risk terhadap Online Purchase Intention.....	27
2.10.5. Pengaruh Social Risk terhadap Online Purchase Intention.....	27
2.10.6. Pengaruh Psychological Risk terhadap Online Purchase Intention ..	28
2.11. Model Penelitian	29

2.12. Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
3.2. Desain Penelitian.....	33
3.2.1 Jenis Penelitian	33
3.2.2 Data Penelitian (Research Data)	35
3.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.3.1. Target Populasi	37
3.3.2. Sampling Unit	37
3.3.3. Time Frame	37
3.3.4. Sampling Technique	38
3.3.5. Sampling size	39
3.4. Prosedur Penelitian	39
3.5. Identifikasi Variabel Penelitian.....	40
3.5.1. Variabel Independen	40
3.5.2. Variabel Dependen.....	40
3.5.3. Variabel Teramati	41
3.6. Definisi Operasional Variable.....	41
3.7. Teknik Pengolahan Analisis Data.....	46
3.7.1. Analisis Deskriptif	46
3.7.2. Analisis Kuisisioner.....	47
3.7.3. Uji Pre-Test.....	47
3.7.4. Uji Validitas	48
3.7.5. Uji reliabilitas	49
3.7.6. Regresi Linear Berganda.....	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2. Profil Responden	56

4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3. Profil Responden berdasarkan Posisi.....	58
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Internet Harian.....	60
4.2.6. Profil Responden Berdasarkan Level dari Pengalaman Belanja Online	61
4.2.7. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi dari Belanja Online Tahunan	62
4.2.8. Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Apakah Anda Pernah Menggunakan Produk Skincare	63
4.2.9 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Apakah Anda.....	63
4.2.10 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Apakah Anda Berminat untuk Mencoba Produk La Roche Posay.....	65
4.3. Analisis Deskriptif.....	65
4.3.1. Financial Risk	66
4.3.2. Product Risk.....	68
4.3.3. Security Risk.....	70
4.3.4. Time Risk.....	72
4.3.5. Social Risk	73
4.3.6. Psychological Risk.....	75
4.3.7 Online Purchase Intention.....	77
4.4. Uji Instrumen	78
4.4.1. Uji Pre-Test.....	78
4.4.2. Uji Keseluruhan Data.....	82
4.5. Uji Asumsi Klasik	86
4.5.1. Uji Normalitas.....	86
4.5.2. Uji Heteroskedastisitas	89
4.5.3. Uji Multikolonieritas.....	90
4.6. Uji Model	91
4.6.1. Uji Koefisien Determinasi R^2	91
4.7. Uji Hipotesis	92

4.7.1 Uji Significant Stimulan (Uji F)	92
4.7.2 Uji Significant Parameter Individual (Uji t)	93
4.8. Pembahasan	97
4.8.1. Pengaruh Financial Risk terhadap Online Purchase Intention.....	97
4.8.2. Pengaruh Product Risk terhadap Online Purchase Intention	98
4.8.3. Pengaruh Security Risk terhadap Online Purchase Intention	98
4.8.4. Pengaruh Time Risk terhadap Online Purchase Intention	99
4.8.5. Pengaruh Social Risk Terhadap Online Purchase Intention	99
4.8.6 Pengaruh Psychological Risk terhadap Online Purchase Intention ...	100
4.9. Implikasi Manajerial	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran	106
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	106
5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Barang yang Paling Diburu Konsumen di ECommerce ...	2
Gambar 1. 2 Hasil Riset Penjualan Team Asosiasi Digital Marketing Indonesia	3
Gambar 1. 3 Skala Pembelian Terbanyak Berdasarkan Negara	5
Gambar 1. 4 Brand Skincare yang Paling Diminati di Amerika Serikat	6
Gambar 1. 5 Pertumbuhan Industry Kecantikan Skala Dunia	7
Gambar 1. 6 Brand Perawatan Tubuh Terlaris.....	8
Gambar 1. 7 Penjualan Kosmetik Dunia	8
Gambar 1. 8 La Roche Posay menggunakan bahan dasar cardboard.....	11
Gambar 2. 1 Model Penelitian	29
Gambar 3. 1 Logo La Roche Posay	32
Gambar 3. 2 Marketing Research Design	33
Gambar 3. 3 Sampling Design Process.....	36
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Posisi.....	58
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Internet Harian .	60
Gambar 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Level dari Pengalaman Belanja Online	61
Gambar 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi dari Belanja Online Tahunan	62
Gambar 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Apakah Anda Pernah Menggunakan Produk Skincare	63
Gambar 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Apakah Anda Mengetahui Produk La Roche Posay	64
Gambar 4. 10 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Apakah Anda Berminat untuk Mencoba Produk La Roche Posay	65
Gambar 4. 11 Hasil Uji Normalitas Pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Intention dengan Analisis Grafik Histogram	87
Gambar 4. 12 Hasil Uji Normalitas Pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Intention dengan Analisis Grafik Plot.....	88
Gambar 4. 13 Hasil Uji Normalitas Pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Intention dengan Statistik Kolmogorov-Smirnov	89

Gambar 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Intention dengan Grafik Plot.....	90
Gambar 4. 15 Hasil Uji Multikolonieritas pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Inteniton.....	91
Gambar 4. 16 Hasil Uji Model pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Intention	92
Gambar 4. 17 Hasil Uji F Pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Intention	92
Gambar 4. 18 Hasil Uji T pada Variabel Financial Risk, Product Risk, Security Risk, Time Risk, Social Risk, Psychological Risk, dan Online Purchase Intention	93

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel.....	46
Tabel 4. 1 Kategori Penilaian Responden	66
Tabel 4. 2 Penilaian Variabel Financial Risk	68
Tabel 4. 3 Penilaian Variabel Product Risk.....	70
Tabel 4. 4 Penilaian Variabel Security Risk	71
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel Time Risk.....	73
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Social Risk	75
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Psychological Risk	76
Tabel 4. 8 Penilaian Variabel Online Purchase Intention	78
Tabel 4. 9 Uji Validitas Pre-Test.....	80
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Pre Test	82
Tabel 4. 11 Uji Validitas Keseluruhan Data	84
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Keseluruhan Data	85