

**Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Belanja *Online* pada Konsumen Sarang
Kapuyuk Bukittinggi**

UNIVERSITAS ANDALAS
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Oleh:

Rifel Angriawan
No.BP 1210523031

Pembimbing 1 : Asmi Abbas, SE.,MM

Pembimbing 2 : Jauharry, SE.,MM

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
KEDJAJAAN
FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH

JANUARI 2017



No. Alumni Universitas	Rifel Angriawan	No. Alumni Fakultas
a) Tempat/tanggal. Lahir: Ujung Gading/ 28 Maret 1994, b) Nama Orang Tua: Iswan dan Elhana, c) Fakultas : Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No. BP :1210523031, f) Tgl Lulus: 12 Januari 2017 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK : 3,10, i) Lama Studi : 4 tahun 5 bulan, j) Alamat Orang Tua: Jln. Flores Kuamang Ujung Gading No. 14E Pasaman Barat.		

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku Belanja Online pada Konsumen Sarang Kapuyuak Bukittinggi
Skripsi SI oleh: Rifel Angriawan
Pembimbing: Asmi Abbas, SE., MM
Jauharry, SE., MM
Abstrak

Penelitian ini dilator belakangi oleh fenomena perkembangan teknologi di Indonesia yaitu internet. Dengan adanya perkembangan internet banyak muncul bisnis ritel yaitu *online shopping*. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang bisnis *online shopping* adalah Sarang Kapuyuak. Dalam menentukan pembelian produk, salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku belanja *online* adalah dengan adanya persepsi risiko. Oleh karena itu perusahaan harus memperhitungkan risiko dalam berbelanja *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh risiko pengiriman, risiko produk, risiko keuangan, risiko waktu, risiko sosial, dan risiko keamanan terhadap perilaku belanja *online*. Sampel penelitian ini adalah konsumen Sarang Kapuyuak yang berada di kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 190 responden, dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Analisis data menggunakan bantuan Program *SmartPLS versi 2.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada empat variabel yang signifikan mempengaruhi perilaku belanja *online* yaitu variable risiko keuangan, risiko waktu, risiko sosial, dan risiko keamanan, sementara untuk variable risiko pengiriman dan risiko produk tidak signifikan mempengaruhi perilaku belanja *online*.

Kata kunci: Risiko Pengiriman, Risiko Produk, Risiko Keuangan, Risiko Waktu, Risiko Sosial, Risiko Keamanan, Perilaku Belanja *Online*.

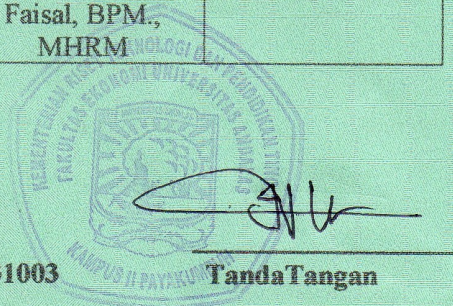
Skripsi ini telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada tanggal: 12 Januari 2017. Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

TandaTangan	1.	2.	3.	4.
NamaTerang	Asmi Abbas, SE., MM	Jauharry, SE., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM	Erizal N, SE., MM

Mengetahui,

Koordinator
FEUA II Payakumbuh:

Lukman, SE., M.Si
NIP. 196411231993031003



TandaTangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas:	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama Tanda Tangan