



**PENGARUH KEAMANAN, HARGA, KELOMPOK REFERENSI, DAN  
RISIKO KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
ONLINE OLEH MAHASISWA**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji  
Tanjungpinang Angkatan 2014)**

**Rolex Irfan Pramana, Lia Suprihartini, Winata Wira**

[Rolexirfan10@gmail.com](mailto:Rolexirfan10@gmail.com)

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja  
Ali Haji**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen UMRAH Tanjungpinang angkatan 2014, dan sampel yang digunakan adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian secara *online* lebih dari satu kali. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 3.948 dan tingkat signifikansinya 0.000. (2) Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar -0.098 dan tingkat signifikansinya 0.922. (3) Kelompok referensi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 1.488 dan tingkat signifikansinya 0.144. (4) Risiko kinerja berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar -2.340 dan tingkat signifikansinya 0.024. (5) Keamanan, Harga, Kelompok referensi dan Risiko kinerja secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 5.927 > nilai F tabel 2.60 dan tingkat signifikansinya 0.001. (6) Besarnya pengaruh Keamanan, Harga, Kelompok referensi dan Risiko kinerja terhadap keputusan pembelian (*Adjusted R*<sup>2</sup>) adalah sebesar 30.5%.

**Kata kunci:** *keamanan, harga, kelompok referensi, risiko kinerja, keputusan pembelian secara online.*

**Latar Belakang Masalah**

Sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia selalu tidak terlepas dari permasalahan *connectivity* (konektivitas), hal ini di karenakan hubungan antar setiap daerah harus selalu terhubung dengan internet, terutama di daerah Provinsi Kepulauan Riau. Oleh karena itu, selain infrastruktur, serta sarana prasarana transportasi yang memadai, berkembangnya teknologi internet juga dapat menjadi penunjang kemajuan ekonomi terutama di Kepulauan Riau ini.

Dengan memanfaatkan kondisi geografis Indonesia terutama Kepulauan Riau, banyak peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Dengan berkembangnya

fasilitas internet yang memadai seperti sekarang, banyak pelaku usaha yang menangkap masalah diatas sebagai suatu peluang usaha. Pemanfaatan *internet* dalam dunia bisnis lebih dikenal dengan istilah '*electronic commerce*'. *E-commerce* telah mengalami perkembangan pesat dan *e-commerce* telah menjadi metode yang sangat populer untuk membeli barang dan jasa.

Faktor-faktor yang sering menjadi pertimbangan konsumen sebelum berbelanja *online* adalah bagaimana keamanan situs tersebut, apakah harga yang diberikan lebih murah atau sesuai dengan produk yang dijual, orang-orang atau kelompok yang memberikan referensi tentang situs mana saja yang bagus untuk dijadikan tujuan dalam berbelanja, dan apakah pembeli berisiko menerima barang yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan penjual.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul "**PENGARUH KEAMANAN, HARGA, KELOMPOK REFERENSI, DAN RISIKO KINERJA, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE OLEH MAHASISWA**" (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen UMRAH angkatan 2014).

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa
3. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa
4. Untuk mengetahui pengaruh risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa
5. Untuk mengetahui pengaruh keamanan, harga, kelompok referensi dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa.

### **Kajian Pustaka**

#### **Keputusan Pembelian**

Schiffman dan Kanuk (2008) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua arah atau lebih alternatif. Sehingga dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia ketika seseorang mengambil keputusan.

Kotler dan Keller, (2009) mendefinisikan keputusan pembelian adalah serangkaian unsur-unsur yang mencerminkan keputusan konsumen dalam membeli, merupakan tahap dimana konsumen dihadapkan suatu pilihan untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

#### **Keamanan**

Konsumen merasa prihatin tentang pengungkapan informasi pribadi dan keuangan (Maholtra, Kim, dan Agarwal, 2004). Menurut Bailey dan Pearson (1983) persepsi keamanan (*security perception*) adalah persepsi konsumen tentang kemampuan toko *online* mengendalikan dan mengamankan data transaksi dari penyalahgunaan atau perubahan yang tidak sah.

Park dan Kim (2006) mendefinisikan *security* atau keamanan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan

dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

Menurut Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) indikator keamanan meliputi:

1. Jaminan keamanan;
2. Kerahasiaan data.

### **Harga**

Menurut Sangadji & Sopiah, (2013 : 206) harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk atau jasa. Untuk sebagian besar konsumen Indonesia yang masih berpenghasilan rendah, harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan dalam pemilihan produk ataupun jasa.

Menurut Tjiptono (2008) istilah harga dapat diartikan sebagai berikut: Jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utility / kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Kotler dan Amstrong (2001) menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong, (2001) indikator harga meliputi :

1. Konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas;
2. Adanya informasi mengenai harga;
3. Kemampuan untuk membeli;
4. Perbandingan dengan harga di toko tradisonal.

### **Kelompok Referensi**

Kelompok referensi digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku. Schiffman dan Kanuk, (2008) mendefinisikan bahwa "kelompok referensi atau kelompok rujukan adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar perbandingan (atau rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus, atau pedoman khusus bagi perilaku".

Menurut Sumarwan,(2011) kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Kotler dan Keller, (2009) menjelaskan bahwa kelompok referensi adalah seseorang yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Menurut Sumarwan, (2011) indikator kelompok referensi meliputi:

1. Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk;
2. Kredibilitas dari kelompok referensi;
3. Pengalaman dari kelompok referensi;
4. Keaktifan kelompok referensi;
5. Daya tarik kelompok referensi.

### **Risiko Kinerja**



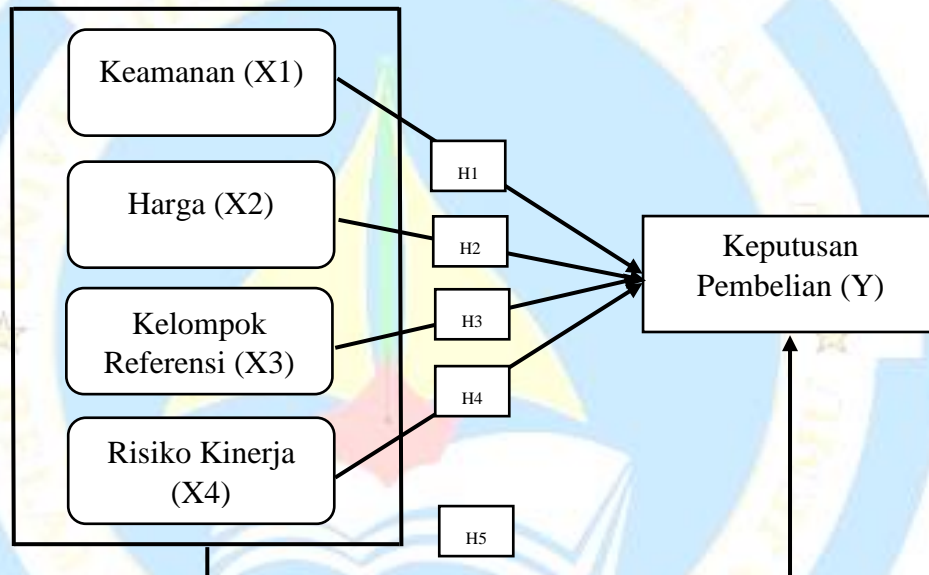
Menurut Mowen dan Minor, (2002) risiko kinerja adalah risiko di mana produk tidak akan memberikan kinerja yang diharapkan. Contohnya seperti produk palsu atau produk rusak dan produk tidak sesuai dengan publisitas.

Menurut Schiffman dan Kanuk, (2008) menjelaskan bahwa risiko kinerja adalah risiko karena produk tidak berfungsi sebagaimana yang diharapkan. Lebih lanjut Schiffman dan Kanuk, (2008) menambahkan bahwa persepsi akan risiko adalah sebuah ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi dimasa yang akan datang atas keputusan pembelian yang mereka lakukan.

Indikator risiko kinerja menurut Mowen dan Minor, (2002) meliputi :

1. Jaminan yang diberikan perusahaan tidak memadai;
2. Penanganan apabila ada kerusakan tidak memuaskan;
3. Risiko barang rusak atau tidak sesuai dengan publisitas

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

### Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa.
- H2: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara *online* di oleh mahasiswa.
- H3: Terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa.
- H4: Terdapat pengaruh risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* oleh mahasiswa.

H5: Terdapat pengaruh keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja secara simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* di oleh mahasiswa.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Populasi**

Sugiyono (2013:115) menjelaskan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang angkatan 2014 yang berjumlah 90 orang.

### **Sampel**

Sugiyono (2013:116) menjelaskan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Kuesioner**

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian dengan menggunakan angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden. Angket tersebut diberikan kepada para responden dan kemudian diharapkan setiap masing-masing responden akan mengisinya dengan pendapat dan persepsi setiap individu responden itu sendiri. Tipe pertanyaan pada kuesioner adalah pertanyaan tertutup. Di sini responden diminta untuk membuat pilihan dari serangkaian alternatif jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Alternatif jawaban yang terdapat dalam kuesioner tersebut merupakan pengembangan dari setiap item dalam variabel penelitian.

#### **Uji Kualitas Data**

##### **Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner disebut valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu menguraikan hal yang akan diukur dari sebuah kuesioner tersebut (Ghozali, 2011: 52)

##### **Uji Reliabilitas**

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas dengan teknik *Cronbach's alpha* ini juga menggunakan *internal consistency reliability* dengan metode *Cronbach's alpha* di mana kriteria suatu instrumen dikatakan *reliable* jika koefisiensi reliabilitas ( $r_7$ ) > 0,6 nilainya maka data yang dikumpulkan semakin dapat dipercaya.

### Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik, menggunakan 3 uji antara lain : Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterosidesitas. Uji Normalitas adalah uji dimana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Uji Multikolineritas digunakan sebagai upaya untuk menentukan ada dan tidaknya korelasi yang sempurna atau mendekati hubungan yang sempurna. Uji Heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apabila variabel kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel independen.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (Keamanan, Harga, Kelompok Referensi, dan Risiko Kinerja) dan variabel terikat (Keputusan Pembelian).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan 3 uji yaitu, Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama yaitu menggunakan F hitung. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>), akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Distribusi Responden

**Tabel 1**  
**Distribusi Reponden**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Populasi	90	100%
Kuesioner yang didistribusikan	90	100%
Kuesioner yang diisi dan dikembalikan	56	62%
Kuesioner yang tidak dapat digunakan karena data identitas responden tidak lengkap	4	4.4%
Kuesioner yang tidak dapat digunakan karena jawaban responden tidak lengkap	6	6.6%
Kuesioner yang bisa digunakan	46	51.1%

Sumber: Hasil distribusi responden 2018

Dari tabel 1 di atas, dapat dilihat jumlah populasi dari penelitian ini adalah sebesar 90 responden, dan kuesioner yang disebar sebanyak 90 rangkap. Sedangkan kuesioner yang bisa digunakan sebanyak 46 rangkap, hal ini dikarenakan 4 rangkap kuesioner tidak dapat digunakan karena identitas reponden tidak lengkap, dan 6 rangkap kuesioner tidak dapat digunakan karena jawaban responden tidak lengkap.

### Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2011 :19), analisis statistic digunakan untuk menggambarkan secara statistic dari variabel yang ada dalam penelitian ini, dilihat dari maksimum, minimum, mean dan standar deviasi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja, serta variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

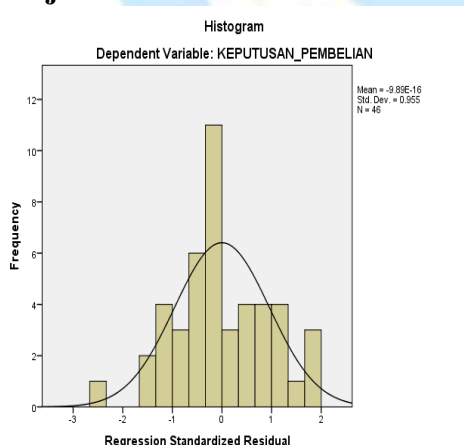
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEPUTUSAN_PEMBELIA N	46	14	20	17.41	1.707
KEAMANAN	46	27	34	30.41	2.237
HARGA	46	14	20	17.33	1.752
KELOMPOK_REFERENSI	46	33	45	37.37	2.977
RISIKO_KINERJA	46	11	15	13.87	.980
Valid N (listwise)	46				

Sumber: Pengolahan data primer, 2018

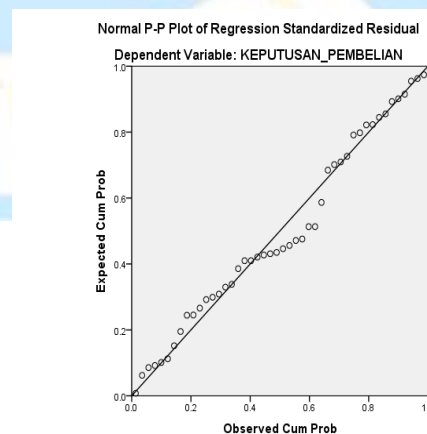
### Uji Validitas dan Uji Releabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dapat diperoleh hasil bahwa semua instrument dalam penelitian ini di nyatakan Valid yaitu nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel sebesar 0.291 sehingga semua instrument dapat digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yang mana sesuai dengan rumus yaitu jika  $(r_7) > 0,6$  maka dapat dilihat bhawa semua nilai melebihi 0.6. Sehingga intrumen layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Normalitas



**Gambar 2**  
**Hasil Grafik Histogram**



**Gambar 3**  
**Hasil Grafik P.Plot**



Berdasarkan pada grafik histogram terlihat seperti pola terdistribusi normal. Begitu juga pada grafik P-Plot, terlihat normal karena distribusi data residualnya terlihat mendekati garis normal

### Uji Multikolinieritas

Uji *Multikolinieritas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*.

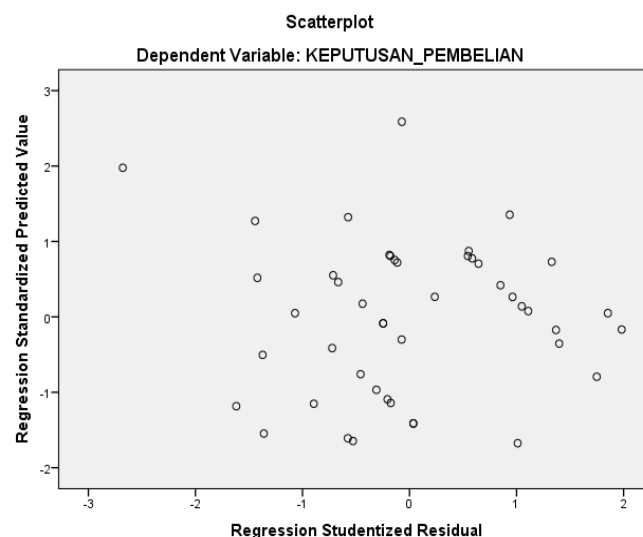
**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Corellations	Collinearity Statistics
	Tolerance	VIF
Constans		
Keamanan	.963	1.038
Harga	.882	1.134
Kelompok Referensi	.844	1.185
Risiko Kinerja	.982	1.018

Sumber: Pengolahan data primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perhitungan menunjukkan nilai tolerance variabel independen memiliki nilai tolerance  $> 0.1$  dan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan variabel independen memiliki nilai VIF  $< 10$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Pengolahan data primer, 2018



Dari grafik *scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independen keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda sangat bermanfaat untuk meneliti pengaruh beberapa variabel yang berkorelasi dengan variabel yang diuji. Hasil dari analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.800	5.739		1.533	.133
	KEAMANAN	.382	.097	.500	3.948	.000
	HARGA	-.013	.129	-.013	-.098	.922
	KELOMPOK_REFERENSI	.116	.078	.201	1.488	.144
	RISIKO_KINERJA	-.511	.219	-.294	-2.340	.024

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

Sumber: Pengolahan data primer, 2018

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Keputusan pembelian = 8.800 + 0.382 keamanan -0.013 harga + 0.116 kelompok referensi -0.511 risiko kinerja.

### Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t)

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Secara Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.800	5.739		1.533	.133
	KEAMANAN	.382	.097	.500	3.948	.000
	HARGA	-.013	.129	-.013	-.098	.922
	KELOMPOK_REFERENSI	.116	.078	.201	1.488	.144
	RISIKO_KINERJA	-.511	.219	-.294	-2.340	.024

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

Sumber: Pengolahan data primer, 2018

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t yang dilakukan dapat dilihat bahwa terdapat dua variabel bebas yang berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat, yaitu harga dan kelompok referensi, dengan nilai signifikansi  $>0,05$  dan nilai t-hitung  $< t$ -tabel, maka secara parsial harga dan kelompok referensi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan terdapat dua variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keamanan, dan risiko kinerja dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  dan nilai t hitung  $> t$  tabel, sehingga keamanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Secara Simultan**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.054	4	12.014	5.927	.001 <sup>b</sup>
	Residual	83.098	41	2.027		
	Total	131.152	45			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), RISIKO\_KINERJA, HARGA, KEAMANAN, KELOMPOK\_REFERENSI

Sumber: Pengolahan data primer, 2018

Berdasarkan hasil dari tabel 6 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ , dan nilai f hitung  $> f$  tabel sehingga dapat simpulkan bahwa keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 <sup>a</sup>	.366	.305	1.424

Sumber: Pengolahan data primer, 2018

Dari tabel 7 di atas dapat dilihat *Adjusted R<sup>2</sup>* dalam penelitian ini sebesar 0.305, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 30.5% keputusan pembelian yang dilakukan secara *online* dipengaruhi oleh keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja. Sedangkan sisanya sebesar 69.5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul pengaruh keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan secara *online*.

2. Secara parsial harga berpengaruh tidak signifikan dan bertanda negatif terhadap keputusan pembelian yang dilakukan secara *online*.
3. Secara parsial kelompok referensi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan secara *online*
4. Secara parsial risiko kinerja berpengaruh signifikan dan bertanda negatif terhadap keputusan pembelian yang dilakukan secara *online*.
5. Secara simultan, keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

#### 1. Bagi Toko *Online*

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh Pemilik Toko *Online* adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan data yang memadai. Karena keamanan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas barang yang dijual, sehingga sesuai dengan harga yang diberikan. Karena kualitas barang yang sesuai dengan harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*.
- c. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas informasi yang ada, supaya konsumen merasa kalau dia akan memberikan informasi yang baik kepada teman, sahabat, dan keluarganya terkait toko *online* yang ia pilih.
- d. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat mengupayakan adanya kontrol terhadap penjual dan dapat menemukan penyelesaian masalah yang lebih baik terkait dengan risiko kinerja yang terjadi di toko *online* untuk meminimalisasi kekhawatiran pengguna (toppers) mengenai risiko kinerja yang mungkin terjadi di toko *online*.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian yang akan datang perlunya untuk menambah objek penelitian yang lebih luas dan jumlah responden yang lebih banyak. Hal ini bertujuan agar dapat memperoleh hasil yang lebih kompleks dari penelitian sebelumnya. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Besarnya faktor keamanan, harga, kelompok referensi, dan risiko kinerja adalah 30.5%, dan 69.5% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian secara *online*.



---

---

### Daftar Pustaka

- Bailey, J. E. dan Pearson, S. W. 1983. Development of a tool for measuring & analyzing computing user satisfaction. *Management Science* 29 (5): 540-545.
- Chung Hoon, Park & Kim Young-Gul. 2006. "The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers' online shopping site commitments". *Journal of Electronic Commerce in Organizations* (4), 70-90.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19.Ed. 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. "Prinsip-Prinsip Pemasaran". Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Maholtra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. 2004. "Internet users' information privacy concern (IUIPC). The construct the scale, and a causal model". *Information System Research*, 15 (4), 336-355.
- Mowen, J.C., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Raman, Arasu., & Viswanathan, A. 2011. "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer". *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, hal.54-60.
- Sangadji, Etta Mamang., & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Pt. Indeks.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indo.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *E-Business*. Yogyakarta: Andi Offset.