

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE SEGAR

Oleh
Sopyan Hardiyanta
185009078

Dosen Pembimbing
Dedi Djuliansah
D. Yadi Heryadi

Pengambilan keputusan pembelian konsumen melibatkan semua aspek pengaruh dan kognisi, termasuk persepsi risiko dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui persepsi risiko dan kepercayaan konsumen pada konsumen Shopee Segar; (2) mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Shopee Segar; (3) menganalisis pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari persepsi risiko dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee Segar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko pada konsumen Shopee Segar sangat rendah, karena rendahnya risiko yang dirasakan para responden. Kemudian, kepercayaan konsumen Shopee Segar sangat baik karena telah terpenuhi harapan dan kebutuhan para responden. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Shopee Segar berdasarkan kebutuhan, melihat manfaat produk. Kemudian sudah tepat dalam memilih produk dan adanya kecenderungan melakukan pembelian ulang di toko Shopee Segar. Secara parsial maupun secara simultan persepsi risiko dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee Segar.

Kata Kunci: Persepsi Risiko, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF RISK PERCEPTION AND CONSUMER TRUST ON CONSUMER PURCHASE DECISION IN SHOPEE SEGAR

By
Sopyan Hardiyanta
185009078

Supervisor
Dedi Djuliansah
D. Yadi Heryadi

Consumer purchase decision making involves all aspects of influence and cognition, including risk of perception and consumer trust. This research aims to: (1) knowing risk perception and consumer trust in Shopee Segar consumers; (2) know purchasing decisions made by Shopee Segar consumers; (3) analyze influence partially or simultaneously the perception of risk and consumer trust in purchasing decisions of Shopee Segar consumers. The research method used is the survey method. The results of the study show that the perceived risk of Shopee Segar consumers is very low, due to the low perceived risk of the respondents. Then, Shopee Segar's consumer trust is very good because the expectatios and needs been met. Purchase decisions made by Shopee Segar consumers are based on needs, looking at product benefits. Then it is right in choosing the product and there is a tendency to repurchase at the Shopee Segar store. Partially or simultaneously, risk perception and consumer trust have a significant effect on Shopee Segar consumer purchasing decisions.

Keywords: Perception of Risk; Trust; Purchase Decision