

# **PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA PEMBELI DI SITUS OLX.CO.ID**

**Cassandra Trivicsthra Metalika**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung persepsi risiko dan harga terhadap keputusan pembelian online melalui kepercayaan, serta pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian online. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pada pembeli di situs olx.co.id. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan oleh Roscoe yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai dengan 500. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner yang disebar secara online menggunakan Google Docs. Analisis data menggunakan analisis jalur dan hipotesis menggunakan t-statistik serta f-statistik dengan tingkat kepercayaan 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan persepsi risiko sebesar  $0,008 < 0,05$  dengan pengaruh langsung sebesar  $-0,370$ , pengaruh tidak langsung diperoleh hasil  $1,245$ . Maka pengaruh tidak langsung lebih besar dibanding dengan pengaruh langsung ( $-0,370 < 1,245$ ) dengan demikian dinyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian online baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengaruh langsung harga tidak signifikan sedangkan pengaruh tidak langsung harga sebesar  $0,097$ , karena pengaruh tidak langsung harga lebih besar dibanding pengaruh langsung maka dinyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian online, dan nilai signifikan kepercayaan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dinyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online, serta memediasi pengaruh persepsi risiko dan harga terhadap keputusan pembelian online.

**Kata Kunci** : Persepsi Risiko, Harga, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian Online.

# **THE PERCEIVED OF RISK AND PRICE INFLUENCE TO THE ONLINE PURCHASING DECISION THROUGH THE TRUST AS AN INTERVENING VARIABLE CASE STUDIES ON THE BUYER ON THE SITE OLX.CO.ID**

**Cassandra Trivicsthra Metalika**

## **Abstract**

This Research Aims At Knowing The Direct And Indirect Influence Of Perceived Of Risk And Price To Online Purchasing Decision Through Trust, And The Influence Of Trust To The Online Purchasing Decision. The Samples In This Study Were 100 respondent Who Are Buyer Of Site Olx.co.id. The Sample Size In This Study Using Roscoe Formula That The Decent Sample Size In The Study Is Between 30 to 500. Methods of Data Collection By Questionnaire. Data Analysis Using Path Analysis and Hypotheses Using T-and F-statistics With a Confidence Level Of 5%. The Result Of This Research Show That the value of Significant Of Risk Perception Is  $0.008 < 0.05$  With Direct Impact sum Is  $-0.370$  , Indirect Influence Retrieved 1,245 results. So Indirect Influence Bigger than the direct effect (  $-0.370 < 1,245$  ) So stated that Risk Perception Influential Online Purchasing Decision Against either directly or Indirectly. Direct Effect of Price No Significant whereas Indirect Influence Price is 0.097, Because Indirect Influence Price Bigger than Direct Impact So declared that Price No Effect Against To Online Purchase Decision Perceived of Risk Influences Online Purchasing Decision, But Price Does Not Influence To Online Purchasing Decision. Then, Trust Influences To Online Purchasing Decision, And It Mediates The Influence Of Perceived Of Risk And Price To Online Purchasing Decision.

**Keyword** : Perceived of Risk, Price, Trust, and Online Purchasing Decision.