

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP *TRUST* DAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
E-COMMERCE SHOPEE DI KALIMANTAN**



Diajukan Untuk Melengkap Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**SULTAN DIOUF ADINUGROHO**

**2010312210060**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2025**

**LEMBAR LEGALITAS**  
**PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP *TRUST* DAN**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA**  
**E-COMMERCE SHOPEE DI KALIMANTAN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh  
**SULTAN DIOUF ADINUGROHO**  
**NIM: 2010312210060**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 23 Desember 2025 dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**Dosen Pembimbing**



Dr. Nuril Huda, SE, MM

**NIP. 19721021 199903 1 002**

**Penguji I**



Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM

**NIP. 19670909 199303 1001**

**Penguji II**



Rusniati, SE, M.Si

**NIP. 19721117 199702 2004**

**Mengetahui,**

**Koordinator Program Studi S1 Manajemen**



Abdul Hadi, SE, M.Si

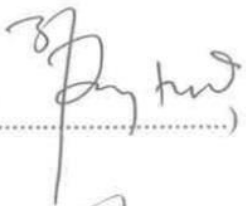
**NIP. 19700707 200502 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Sultan Diouf Adinugroho  
NIM : 2010312210060  
Prodi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap *Trust* Dan  
Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce  
Shopee Di Kalimantan  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian dilaksanakan : Selasa, 23 Desember 2025  
Waktu Ujian : 11.00-13.00

**Tim Penguji**

**Pembimbing : Dr. Nuril Huda, SE, MM**

  
(.....)

**Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**

  
(.....)

**Penguji II : Rusniati, SE, M.Si**


  
(.....)

### BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang sudah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Sultan Diouf Adinugroho  
NIM : 2010312210060  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap *Trust* dan Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Shopee Di Kalimantan  
Hari/Tanggal : Selasa, 23 Desember 2025  
Tempat : Ruang Ujian 2  
Waktu Ujian : 11.00-13.00

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan tim penguji.

Nama	Keterangan	TTD
<u>Dr. Nuril Huda, SE, MM</u> NIP. 19721021 199903 1 002	Pembimbing	

Demikian berita acara perbaikan ujian skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, S.E., M.Si  
NIP. 19700707 200501 1 001

Banjarmasin, 23 Desember 2025  
Mahasiswa



Sultan Diouf Adinugroho  
NIM. 2010312210060

## SURAT ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin,

Yang membuat pernyataan,



Sultan Diouf Adinugroho

NIM. 2010312210060

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap *Trust* dan Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Shopee Di Kalimantan.”

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunanu, S.E., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si., Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Nuril Huda, S.E., M.M., Dosen Pembimbing Skripsi telah memberikan bimbingan, arahan, dan solusi atas tantangan yang saya hadapi selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak sebagai dosen penguji yang telah memberkan waktu dan masukan berharga untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Para Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, yang telah memberikan pendidikan, bimbingan, dan ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi saya.

7. Kedua orang tua, keluarga, dan teman-teman yang telah membantu, memotivasi, dan mendoakan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga masukan dan saran dari pembaca sangat diharapkan. Semoga penelitian ini memberikan manfaat yang signifikan bagi para pembaca.

Banjarmasin, 25 Desember 2025



Sultan Diouf Adinugroho  
NIM. 2010312210060

## ABSTRACT

*Sultan Diouf Adinugroho (2025). The Influence of Risk Perception on Trust and Consumer Purchasing Decisions on Shopee E-commerce in Kalimantan. Advisor: Nuril Huda.*

*This study aims to analyse: (1) The influence of privacy/security policy on privacy concerns, (2) The influence of assurance seals on privacy concerns, (3) The influence of disposition to third-party certification on privacy concerns, (4) The effect of privacy concerns on trust, (5) The effect of security concerns on trust, (6) The effect of privacy concerns on purchasing decisions, (7) The effect of security concerns on purchasing decisions, (8) The effect of trust on purchasing decisions, (9) The effect of privacy concerns on purchasing decisions through trust, (10) The effect of security concerns on purchasing decisions through trust.*

*This study uses a quantitative method with data collection through questionnaires distributed online. The population in this study are consumers of the Shopee e-commerce platform who reside in the Kalimantan region. Sampling was determined based on the purposive sampling method with a sample size of 275 respondents. In explaining the research results, the data analysis technique used is Structural Equation Modelling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) using SmartPLS software.*

*The results show that privacy/security policy is predicted to have a negative and significant effect on privacy concerns, assurance seals are predicted to have a negative and significant effect on privacy concerns, disposition to third-party certification is predicted to have a negative and significant effect on privacy concerns, privacy concerns are predicted to have a significant negative effect on trust, security concerns are predicted to have a negative but insignificant effect on trust, Privacy concerns predicted to have a negative and significant effect on Purchase Decisions, Security concerns predicted to have a negative and significant effect on Purchase Decisions, Trust predicted to have a positive and significant effect on Purchase Decisions, Trust predicted to mediate the relationship between Privacy concerns and Purchase Decisions, Trust is not predicted to mediate the effect of Security concerns on Purchase Decisions.*

**Keywords:** *Risk Perception, Privacy concerns, Security concerns, Trust, Purchase Decision*

## ABSTRAK

Sultan Diouf Adinugroho (2025). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap *Trust* dan Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-commerce Shopee di Kalimantan. Pembimbing: Nuril Huda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Privacy/security policy* terhadap *Privacy concerns*, (2) Pengaruh *Assurance seal* terhadap *Privacy concerns*, (3) Pengaruh *Disposition to third-party certification* terhadap *Privacy concerns*, (4) Pengaruh *Privacy concerns* terhadap *Trust*, (5) Pengaruh *Security concerns* terhadap *Trust*, (6) Pengaruh *Privacy concerns* terhadap Keputusan Pembelian, (7) Pengaruh *Security concerns* terhadap Keputusan Pembelian, (8) Pengaruh *Trust* terhadap Keputusan Pembelian, (9) Pengaruh *Privacy concerns* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Trust*, (10) Pengaruh *Security concerns* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Trust*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan secara online. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen platform e-commerce Shopee yang berdomisili di wilayah Kalimantan. Pengambilan sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 275 responden. Dalam menjelaskan hasil penelitian, teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software* SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan *Privacy/security policy* terprediksi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Privacy concerns*, *Assurance seal* terprediksi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Privacy concerns*, *Disposition to third-party certification* terprediksi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Privacy concerns*, *Privacy concerns* terprediksi berpengaruh negatif signifikan terhadap *Trust*, *Security concerns* terprediksi berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *Trust*, *Privacy concerns* terprediksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Security concerns* terprediksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Trust* memiliki terprediksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Trust* terprediksi memediasi hubungan antara *Privacy concerns* terhadap Keputusan Pembelian, *Trust* tidak terprediksi memediasi pengaruh *Security concerns* terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Persepsi Risiko, *Privacy concerns*, *Security concerns*, *Trust*, Keputusan Pembelian.

## DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI .....	iii
SURAT ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRACT .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Pembahasan .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Pemasaran Online ( <i>E-Marketing</i> ) .....	15
2.1.2 E-commerce .....	16
2.1.3 <i>Perceived Risk Theory</i> .....	17
2.1.4 <i>Privacy concerns</i> .....	18
2.1.5 <i>Security concerns</i> .....	20

2.1.6	<i>Security Assurance Theory</i> .....	23
2.1.7	<i>Privacy/security policy</i> .....	25
2.1.8	<i>Assurance seal</i> .....	27
2.1.9	<i>Disposition to Third-Party Certification</i> .....	28
2.1.10	<i>Trust</i> .....	30
2.1.11	Keputusan Pembelian.....	33
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu .....	37
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....		43
3.1	Kerangka Konseptual .....	43
3.2	Hipotesis Penelitian .....	43
3.2.1	Pengaruh <i>Privacy/security policy</i> Terhadap <i>Privacy concerns</i> .....	44
3.2.2	Pengaruh <i>Assurance seal</i> Terhadap <i>Privacy concerns</i> .....	44
3.2.3	Pengaruh <i>Disposition to Third-Party Certification</i> Terhadap <i>Privacy concerns</i> .....	45
3.2.4	Pengaruh <i>Privacy concerns</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	46
3.2.5	Pengaruh <i>Security concerns</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	47
3.2.6	Pengaruh <i>Privacy concerns</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
3.2.7	Pengaruh <i>Security concerns</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
3.2.8	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	50
3.2.9	Pengaruh <i>Trust</i> Sebagai Mediasi Pengaruh <i>Privacy concerns</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
3.2.10	Pengaruh <i>Trust</i> Sebagai Mediasi Pengaruh <i>Security concerns</i> Terhadap Keputusan.....	52
BAB IV METODE PENELITIAN .....		54
4.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	54
4.2	Jenis Penelitian .....	54
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian.....	55

4.4	Unit Analisis.....	55
4.5	Populasi dan Sampel .....	55
4.5.1	Populasi.....	55
4.5.2	Sampel.....	56
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	57
4.6.1	Variabel .....	57
4.6.2	Definisi Operasional.....	58
4.6.3	Teknik Pengumpulan .....	60
4.7	Teknik Analisis Data .....	61
4.7.2	Analisis Model Struktural ( <i>Inner model</i> ).....	67
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....		71
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	71
5.1.1	Identitas Objek Penelitian .....	71
5.1.2	Sejarah Singkat Objek Penelitian.....	72
5.2	Hasil dan Analisis.....	73
5.2.1	Karakteristik Responden .....	73
5.2.2	Deskripsi Statistik Variabel.....	77
5.2.3	Uji <i>Second Order</i> Tahap Pertama .....	90
5.2.4	Uji <i>Second Order</i> Tahap Kedua.....	97
5.2.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	109
5.2.6	Implikasi Hasil Penelitian .....	120
5.2.6.1.4	<i>Privacy concerns</i> .....	122
5.2.6.1.5	<i>Security concerns</i> .....	122
5.2.6.1.6	<i>Trust</i> .....	123
BAB VI PENUTUP .....		127
6.1	Kesimpulan.....	127

6.2	Saran.....	128
	DAFTAR PUSTAKA .....	130
	LAMPIRAN.....	134

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	37
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	59
Tabel 4. 2 Skala Likert .....	61
Tabel 4. 3 Klasifikasi Nilai Uji <i>Outer model</i> .....	67
Tabel 4. 4 Klasifikasi Nilai Uji <i>Inner model</i> .....	70
Tabel 5. 1 Jenis Kelamin Responden .....	73
Tabel 5. 2 Usia Responden.....	74
Tabel 5. 3 Pekerjaan Responden .....	75
Tabel 5. 4 Domisili Responden.....	76
Tabel 5. 5 Kriteria Tiga Kotak ( <i>Three-box Method</i> ).....	78
Tabel 5. 6 Tanggapan Respon pada <i>Privacy/security policy</i> .....	78
Tabel 5. 7 Tanggapan Respon pada <i>Assurance seal</i> .....	80
Tabel 5. 8 Tanggapan Respon pada <i>Disposition to Third-Party Certification</i> .....	82
Tabel 5. 9 Tanggapan Respon pada <i>Privacy concerns</i> .....	83
Tabel 5. 10 Tanggapan Respon pada <i>Security concerns</i> .....	85
Tabel 5. 11 Tanggapan Respon pada <i>Trust</i> .....	87
Tabel 5. 12 Tanggapan Respon pada Keputusan Pembelian .....	89
Tabel 5. 13 Nilai <i>Loading Factor</i> Dimensi <i>Privacy concerns</i> .....	92
Tabel 5. 14 Nilai AVE Dimensi <i>Privacy concerns</i> .....	92
Tabel 5. 15 Nilai <i>Cross loading</i> .....	93
Tabel 5. 16 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha Dimensi <i>Privacy concerns</i> .....	94
Tabel 5. 17 Nilai <i>R-square</i> .....	95
Tabel 5. 18 Nilai <i>F-square</i> .....	96
Tabel 5. 19 <i>Path Coefficients</i> Dimensi <i>Privacy concerns</i> .....	97
Tabel 5. 20 Nilai <i>Loading Factor</i> .....	98
Tabel 5. 21 Nilai AVE .....	100
Tabel 5. 22 Nilai <i>Cross loading</i> .....	100

Tabel 5. 23 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	102
Tabel 5. 24 Nilai <i>R-square</i> .....	103
Tabel 5. 25 Nilai <i>F-square</i> .....	103
Tabel 5. 26 <i>Path Coefficients</i> .....	105
Tabel 5. 27 <i>Specific Indirect Effects</i> .....	108

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-commerce yang Sering Diakses di Indonesia 2025 .....	2
Gambar 1. 2 Data Kejahatan Siber (2019 - Januari 2022) .....	3
Gambar 1. 3 Tanda jaminan dan Sertifikasi Manajemen Sistem E-commerce Shopee .....	5
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 2 <i>Second Order</i> Tahap Pertama.....	143
Lampiran 3 <i>Second Order</i> Tahap Kedua .....	146