

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian serta pembahasan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi resiko sebesar 0,269 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 2,727 untuk t-statistik variabel persepsi resiko terhadap kepercayaan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan karena t-statistik $> 1,96$ dan p-values $0,006 < 0,05$. Kesimpulannya H1 yang menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan ditolak.
2. Persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,667 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 7,243 untuk t-statistik variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan karena t-statistik $> 1,96$ dan p-values $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya H2 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diterima.
3. Persepsi resiko sebesar 0,206 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 2,641 untuk t-statistik variabel persepsi resiko terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena t-statistik $> 1,96$ dan p-values $0,008 < 0,05$. Kesimpulannya H3 yang menyatakan bahwa

persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditolak.

4. Persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan karena t-statistik $> 1,96$ dan p-values $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya H4 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
5. Kepercayaan sebesar 0,208 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 2,286 untuk t-statistik variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan karena t-statistik $> 1,96$ dan p-values $0,022 < 0,05$. Kesimpulannya H5 yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
6. Persepsi resiko sebesar 0,056 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 1,796 untuk t-statistik variabel persepsi resiko terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan karena t-statistik $< 1,96$ dan p-values $0,073 > 0,05$. Kesimpulannya H6 yang menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan ditolak.
7. Persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,141 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 2,130 untuk t-statistik variabel persepsi kemudahan penggunaan

terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan karena $t\text{-statistik} > 1,96$ dan $p\text{-values } 0,033 < 0,05$. Kesimpulannya H7 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan diterima.

5.2 Implikasi

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini memberikan implikasi yang berarti bagi e-commerce shopee. Berdasarkan hasil penelitian, variabel persepsi resiko justru berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian. Hal ini menyiratkan bahwa konsumen yang menyadari adanya resiko justru cenderung semakin berhati-hati dan mencari informasi lebih dalam, sehingga ketika resiko tersebut dianggap terkendali atau bisa diminimalkan, kepercayaan dan niat membeli mereka justru meningkat. Perusahaan perlu menyediakan informasi yang transparan dan mekanisme mitigasi resiko seperti kebijakan pengembalian, jaminan layanan, dan perlindungan data untuk membangun kepercayaan konsumen.

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kepercayaan maupun keputusan pembelian menunjukkan pentingnya antarmuka layanan atau sistem digital yang *intuitif* dan *user-friendly*. Perusahaan harus fokus pada pengembangan platform digital (website/aplikasi) yang mudah diakses, cepat, dan minim hambatan teknis untuk mendorong minat dan kepercayaan pengguna. Hal ini juga dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata konsumen digital yang semakin menuntut efisiensi dan kenyamanan.

Kepercayaan terbukti menjadi mediasi penting yang memperkuat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, strategi pemasaran tidak hanya cukup menawarkan kemudahan teknis, tetapi juga perlu menanamkan elemen kepercayaan melalui testimoni pelanggan, rating/review positif, serta kredibilitas merek. Dapat disimpulkan bahwa aspek reputasi dan keandalan layanan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa hubungan antara persepsi resiko, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan Keputusan pembelian tidak selalu positif seperti yang diasumsikan dalam teori manajemen pemasaran. Hasil ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut yang meninjau hubungan ini dengan mempertimbangkan kondisi dan faktor eksternal lainnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden dengan karakteristik tertentu, yang mungkin belum sepenuhnya merepresentasikan populasi pengguna secara umum. Hal ini dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian, khususnya terhadap kelompok konsumen dengan latar belakang demografis, geografis, atau tingkat literasi digital yang berbeda.
2. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel seperti persepsi resiko, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keputusan pembelian. Masih terdapat faktor-faktor lain yang juga bisa memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas produk, pengalaman pengguna

sebelumnya, serta pengaruh sosial yang belum dianalisis dalam penelitian ini.

3. Data dikumpulkan pada satu periode waktu tertentu (cross-sectional), sehingga tidak dapat menggambarkan perubahan perilaku konsumen dari waktu ke waktu. Penelitian longitudinal dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika kepercayaan dan keputusan pembelian dalam jangka panjang.
4. Penelitian ini dilakukan dalam konteks atau industri tertentu (misalnya layanan digital atau e-commerce), sehingga hasilnya mungkin tidak bisa langsung diterapkan pada konteks lain yang berbeda, seperti sektor jasa konvensional atau pasar.

5.4 Saran

Berdasarkan dari keterbatasan penelitian diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan shopee sebaiknya meningkatkan sistem keamanan transaksi, transparansi informasi produk, dan keandalan ulasan dari pengguna agar kepercayaan konsumen terhadap platform semakin tinggi.
2. Bagi perusahaan sebaiknya dapat memperjelas kebijakan pengembalian barang, jaminan kualitas, serta mempercepat proses refund untuk meminimalisasi kekhawatiran pengguna saat berbelanja.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga relevan dalam konteks e-commerce fashion, seperti persepsi harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan, maupun pengaruh sosial (misalnya review atau influencer). Dengan penambahan variabel tersebut,

diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian online.

4. Penelitian ini hanya berfokus pada Shopee. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan membandingkan beberapa platform e-commerce seperti Tokopedia, Lazada, atau TikTok Shop, untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap masing-masing platform dalam konteks pembelian produk fashion.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248-26
- Anggraini, S. T. (2023). Pengaruh Persepsi Resiko dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Pengguna Tiktok Shop di DKI Jakarta (*Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Annafi, W. M., & Diharto, A. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Shopee di Surakarta (*Doctoral Dissertation*, IAIN Surakarta).
- Anwar, R. N., & Afifah, A. (2018). Kepercayaan dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs Online (Studi Kasus Pengunjung Situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 9(1), 46-57.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. W. (2020). *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan *Profitabilitas* dan Pengaruhnya Terhadap *Tax Avoidance* Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 133-142.
- Aulia, T. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology* Basri, Y. M., Marianti, T. D., & Rofika, R. (2021). (*Smart*), 2(2), 58-69.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *JESYA (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313-324.
- Basri, Y. M., Marianti, T. D., & Rofika, R. (2021). Pengelolaan Keuangan Desa: Analisis Faktor Yang Mempengaruhinya. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 34-50.
- Cahyo, K. N., Martini, M., & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada PT Brainmatics Cipta Informatika. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 1(1), 45-53.
- Febriansyah, M. F., Setiawan, R., & Sutabri, T. (2023). Transformasi Digital Untuk Aplikasi *Marketplace* Shopee. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(5).
- Firmansyah, A (2018). Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran. Yogyakarta: DEEPUBLISH
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Last Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0 (2nd ed.)*.
- Hidayatuloh, S., & Aziati, Y. (2020). Analisis Pengaruh *User Experience* Terhadap Kepuasan Pengguna *Mobile Application E-Commerce* Shopee Menggunakan *Model Delone & Mclean*. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika (Tekinfo)*, 21(1), 73-83.

- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1).
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Di Kota Jambi. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 82-99.
- Lubis, H. M., Nurlenawat, N., & Triadinda, D. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital *Shopeepay*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6108-6124.
- Natsir, M., Suryadi, A., Kamil, M., Sudiapermana, E., & Julia, J. (2021). *Structural Equation Model (Sem) Of Matrilineal Parenting, Family And Community Environments On Adolescent Behavior In Padang City, Indonesia*. *The Open Psychology Journal*, 14(1).
- Novitasari, I., & Hidayati, R. (2023). Analisis Kepercayaan Konsumen, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian *E-Commerce* (Studi Empiris Pada Konsumen Lazada Di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3).
- Nursea, D., & Islamuddin, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Pembelian Secara *Online* Pada Konsumen di Kota Bengkulu. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 18-30.
- Prabowo, D. N. C. (2019). Pengaruh *Perceived Risk* dan *Perceived Technology* Terhadap *Online Purchase Intention* Pada Shopee Dengan *Online Trust* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Terhadap Masyarakat Magelang). In *Ummagelang Conference Series* (Pp. 798-810).
- Priambodo, D. A., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Website Quality dan E-Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust (Studi pada Konsumen produk fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 335-344.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business And Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Putri, B. W. S., & Wahjono, S. I. (2022). Struktur Organisasi di Shopee.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Konsumen Shopee di Kota Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 629-636.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. Alhadharah: *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 8195.
- Rizkitasari, F. (2016). Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen *Koreabuy*. Com). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 5(2).
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Generasi

- Milenial Kota Semarang. *Journal Of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Sadiki, T. N., & Dwiyantri, I. A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Ulang: *Perspektif Mahasiswa. International Journal Administration, Business & Organization*, 2(2), 59-75.
- Santoso, T. I., Rozali, M., & Hanifa, R. (2022). *Structural Equation Modelling (SEM) Penggunaan SEM-GSCA Dan Aplikasi GSCA-Pro Untuk Mahasiswa Dan Dosen. Nusantara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 48-56.
- Simamora, A. M., & Zuhra, S. E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktok Shop di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 637-652.
- Sinaga, H. D. E. (2024). Pengaruh *Store Atmosfer*, Lokasi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Sosmed Cafe. *Senashtek 2024*, 2(1), 313-320.
- Solling Hamid, R., & M Anwar, S. (2019). *Structural equation modeling (SEM) berbasis varian*.
- Sukwika, T. (2023). Bab Xii *Implementasi Software Partial Least Square (Pls)*. Pengantar, 163.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep *Populasi dan Sampling* Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari *Penelitian Ilmiah Pendidikan. Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Suryana, A., Suyono, T., & Iskandar, E. N. (2021). Pengaruh Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Terhadap Peningkatan Kualitas Produksi Teh Hijau Di PT. Hk. Waringin Perkebunan Teh Gunung Kencana Kab. Cianjur. *Agroscience*, 11(2), 184-204.
- Taufik, E. R., Simarmata, M. Y., & Damarwulan, L. M. (2021). Mediasi Kepercayaan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* (Survey Pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 5(1), 33-47.
- Urnika, A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada Dengan Minat Beli Sebagai *Variabel Intervening*. *Diponegoro Journal of Management*, 12(2).
- Welsa, H., Cahya, A. D., & Fajarningrum, A. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen *Go-Food. Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 419-426.
- Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Artikel*, 8(2), 10-20.
- Wibowo, S. A. S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Generasi Z (*Doctoral Dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas*).

- Wijoyo, A., Nasution, A. S. M., Larasati, D. T., Gustiara, D., & Hilal, W. N. (2023). Upaya Pengembangan Dan Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam *E-Commerce* Shopee. *TEKNOBIS: Jurnal Teknologi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(2).
- Winasis, C. L. R., Widiati, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (*Literature Review Manajemen Pemasaran*). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90-1.
- Zusrony, E (2021). Perilaku Konsumen di Era Modern. Semarang: *Yayasan Prima Agus Teknik*

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
KUESIONER SURVEI AWAL
PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Fauzi Diatul Ambri, Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Baiturrahmah yang sedang melakukan penelitian yang berjudul : “Pengaruh Persepsi Resiko, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dan Kepercayaan sebagai Mediasi (Studi Kasus di E-Commerce Shopee). Kali ini saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang diberikan kepada responden tidak akan berpengaruh terhadap responden karena penelitian ini dilakukan semata-mata hanya untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Fauzi Diatul Ambri

A. Data Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Alamat :

Sebelum menjawab kuesioner, mohon mengisi beberapa data berikut terlebih dahulu. (Lingkari (o) atau silang (x) untuk pilihan jawaban.

1. Apakah anda menggunakan aplikasi shopee?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah anda sering belanja produk fashion menggunakan aplikasi shopee?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Usia
 - a. 17-19 Tahun
 - b. 20-22 Tahun
 - c. 23-25 Tahun
 - d. 26-40 Tahun
4. Frekuensi penggunaan e-commerce dalam 1 Bulan terakhir
 - a. 2 kali
 - b. 3-5 kali
 - c. 6 kali
5. E-commerce apa yang sering anda gunakan?.....

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan.

Pada masing-masing pertanyaan terdapat dua jawaban yang mengacu pada skala dikotomi yaitu: Ya (Setuju) dan Tidak (Tidak Setuju). Dimohon Bapak/Ibu mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya.

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
A. Persepsi Resiko (X1)			
1.	Saya merasa belanja online di shopee memiliki resiko yang sangat besar.		
2.	Saya merasa takut produk fashion yang saya beli di shopee datang dalam jangka waktu yang lama.		
3.	Saya merasa tidak yakin dengan sistem pembayaran yang di gunakan penjual di shopee.		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
B. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)			
4.	Saya merasa membeli fashion pada situs shopee memberikan kemudahan dan cepat di akses.		
5.	Saya merasa membeli produk fashion pada situs shopee mudah di pahami.		
6.	Saya merasa fitur-fitur yang disediakan oleh shopee memudahkan saya untuk mencari produk fashion.		
7.	Saya merasa proses transaksi pada situs shopee mudah untuk di gunakan.		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
C. Kepercayaan (Z)			
8.	Saya percaya tentang kejujuran oleh pihak penjual di shopee.		
9.	Saya merasa penjualan di shopee memberikan kepuasan membeli produk fashion kepada konsumennya.		
10.	Saya merasa penjual di shopee mampu memberikan informasi yang detail terhadap produk fashion yang dijualnya.		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
D. Keputusan Pembelian			
11.	Saya merasa melakukan pembelian produk fashion pada shopee sesuai dengan kebutuhan saya.		
12.	Saya merasa bahwa produk fashion yang di tawarkan memberikan manfaat bagi konsumen.		
13.	Saya merasa harga yang di tawarkan shopee sesuai dengan kualitas yang diberikan.		
14.	Saya merasa senang melakukan pembelian pada semua produk fashion karena sesuai dengan keinginan saya.		
15.	Saya merasa produk fashion tidak pernah mengecewakan saya.		
16.	Saya merasa sering melakukan pembelian ulang produk fashion di shopee.		

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Fauzi Diatul Ambri, Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Baiturrahmah yang sedang melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Resiko dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* yang Dimediasi oleh Kepercayaan” (Studi Kasus *E-Commerce* Shopee di Kota Padang). Kali ini saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang diberikan kepada responden tidak akan berpengaruh terhadap responden karena penelitian ini dilakukan semata-mata hanya untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Fauzi Diatul Ambri

A. Data Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Sebelum menjawab kuesioner, mohon Bapak/Ibu/Sdr menjawab beberapa pertanyaan berikut. (Silang (x) untuk pilihan jawaban).

1. Apakah anda menggunakan aplikasi shopee?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah anda sering belanja produk *fashion* menggunakan aplikasi shopee?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Usia
 - a. 17-19 Tahun
 - b. 20-22 Tahun
 - c. 23-25 Tahun
 - d. 26-50 Tahun
4. Frekuensi penggunaan *e-commerce* dalam 1 Bulan terakhir
 - a. 2 kali
 - b. 3-5 kali
 - c. >6 kali
5. *E-commerce* apa yang sering anda gunakan?.....

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan tanda *check list* (✓) pada salah satu jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Dimohon Bapak/Ibu/Sdr mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya. Pada masing-masing pernyataan terdapat lima jawaban yang mengacu pada skala likert yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
A. Persepsi Resiko (X1)						
1.	Saya merasa belanja <i>online</i> produk fashion di shopee memiliki resiko yang sangat besar.					
2.	Saya khawatir produk fashion yang saya beli secara <i>online</i> tidak sesuai dengan harapan saya.					
3.	Saya merasa takut produk <i>fashion</i> yang saya beli di shopee datang dalam jangka waktu yang lama.					
4.	Saya merasa ada kemungkinan produk fashion yang saya beli di shopee tidak sesuai dengan deskripsi atau foto yang ditampilkan.					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
A. Persepsi Resiko (X1)						
5.	Saya merasa tidak yakin dengan sistem pembayaran yang di gunakan penjual di shopee.					
6.	Saya sering mempertimbangkan resiko sebelum membeli produk <i>fashion</i> di Shopee.					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
B. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)						
1.	Saya merasa mudah menemukan fitur atau informasi yang dibutuhkan dalam sistem/produk ini.					
2.	Saya merasa membeli produk <i>fashion</i> pada situs shopee memberikan kemudahan dan cepat di akses.					
3.	Saya merasa membeli produk <i>fashion</i> pada situs shopee mudah di pahami.					
4.	Saya merasa lebih mudah memperoleh informasi produk di toko online shopee dibandingkan dengan toko <i>online</i> yang lain.					
5.	Saya merasa fitur-fitur yang disediakan oleh shopee memudahkan saya untuk mencari produk <i>fashion</i> .					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
B. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)						
6.	Saya merasa proses transaksi pada situs shopee mudah untuk di gunakan.					
7.	Saya merasa informasi yang disajikan dalam sistem/produk fashion mudah dikenali dan dipahami.					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
C. Kepercayaan (Z)						
1.	Saya percaya tentang kejujuran oleh pihak penjual di shopee.					
2.	Saya percaya shopee memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas tinggi.					
3.	Saya merasa penjualan produk fashion di shopee memberikan kepuasan membeli produk fashion kepada konsumennya.					
4.	Saya merasa shopee memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya					
5.	Saya merasa penjual produk fashion di shopee mampu memberikan informasi yang detail terhadap produk fashion yang dijualnya.					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
C. Kepercayaan (Z)						
6.	Saya percaya shopee akan memberikan layanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
D. Keputusan Pembelian (Y)						
1.	Saya merasa melakukan pembelian produk fashion pada shopee sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Saya merasa melakukan pembelian produk fashion pada shopee sangat mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.					
3.	Saya merasa bahwa produk fashion yang di tawarkan memberikan manfaat bagi konsumen.					
4.	Saya merasa produk fashion tidak pernah mengecewakan saya.					
5.	Saya merasa harga yang di tawarkan shopee sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
6.	Saya merasa senang melakukan pembelian pada semua produk fashion karena sesuai dengan keinginan saya.					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
D. Keputusan Pembelian (Y)						
7.	Saya merasa sering melakukan pembelian ulang produk fashion di shopee.					
8.	Saya berniat untuk bertransaksi di shopee dimasa yang akan datang karena merasa puas dengan transaksi sebelumnya.					

Padang, 2025

(.....)

LAMPIRAN 3
TABULASI 30 RESPONDEN

No	KEPUTUSAN PEMBELIAN								KEPERCAYAAN						PERSEPSI RESIKO						PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN							
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	5	3	3	3	4	4	4	5	5
7	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4
9	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5
10	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
11	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
12	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
14	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
15	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
18	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
19	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
20	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
21	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
22	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
24	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5

No	KEPUTUSAN PEMBELIAN								KEPERCAYAAN						PERSEPSI RESIKO						PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN							
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
25	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3
27	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4
30	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5

LAMPIRAN 4
HASIL UJI VALIDITAS
SEM-PLS

1. AUTOR LOADING

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.768			
X1.2	0.721			
X1.3	0.773			
X1.4	0.782			
X1.5	0.800			
X1.6	0.763			
X2.1		0.611		
X2.2		0.822		
X2.3		0.711		
X2.4		0.753		
X2.5		0.718		
X2.6		0.818		
X2.7		0.847		
X2.8		0.758		
Y1			0.796	
Y2			0.812	
Y3			0.796	
Y4			0.802	
Y6			0.712	
Y7			0.720	
Y8			0.760	
Z1				0.782
Z2				0.884
Z3				0.759
Z4				0.825
Z5				0.772
Z6				0.808

2. AVE

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.862	0.863	0.896	0.590
X2	0.892	0.896	0.915	0.575
Y	0.887	0.889	0.912	0.596
Z	0.892	0.902	0.917	0.650

3. VALIDITAS DISKRIMAN

1. DV-HTMT

	X1	X2	Y	Z
X1				
X2	0.800			
Y	0.677	0.817		
Z	0.596	0.830	0.630	

2. DV-Formell Larker (Akar AVE > Korelasi)

	X1	X2	Y	Z
X1	0.768			
X2	0.700	0.758		
Y	0.595	0.739	0.772	
Z	0.534	0.750	0.571	0.806

3. DV- Cross Loading

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.768	0.622	0.437	0.516
X1.2	0.721	0.560	0.464	0.469
X1.3	0.773	0.497	0.414	0.487
X1.4	0.782	0.514	0.377	0.294
X1.5	0.800	0.572	0.473	0.382
X1.6	0.763	0.438	0.562	0.260
X2.1	0.637	0.611	0.600	0.470
X2.2	0.634	0.822	0.550	0.737
X2.3	0.635	0.711	0.455	0.489
X2.4	0.606	0.753	0.419	0.575
X2.5	0.380	0.718	0.744	0.481
X2.6	0.340	0.818	0.464	0.650
X2.7	0.518	0.847	0.604	0.547
X2.8	0.518	0.758	0.596	0.565
Y1	0.361	0.653	0.796	0.446
Y2	0.428	0.630	0.812	0.381
Y3	0.328	0.605	0.796	0.473
Y4	0.445	0.536	0.802	0.440
Y6	0.645	0.592	0.712	0.403
Y7	0.573	0.467	0.720	0.477
Y8	0.437	0.471	0.760	0.483

Z1	0.371	0.594	0.669	0.782
Z2	0.501	0.727	0.506	0.884
Z3	0.433	0.504	0.383	0.759
Z4	0.551	0.558	0.381	0.825
Z5	0.329	0.572	0.335	0.772
Z6	0.400	0.638	0.420	0.808

4. REALIBILITY

Nilai Cronbach's Alfa dan
Composite Realibility

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.862	0.863	0.896	0.590
X2	0.892	0.896	0.915	0.575
Y	0.887	0.889	0.912	0.596
Z	0.892	0.902	0.917	0.650

LAMPIRAN 5

TABULASI 96 RESPONDEN

No	PERSEPSI RESIKO						PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN							KEPERCAYAAN						KEPUTUSAN PEMBELIAN							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
1	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
2	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
3	4	4	4	5	5	3	4	3	3	5	4	4	4	5	3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	3	3	3	4	4	3
6	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
11	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	3	5	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
14	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3
15	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	3	5	5	4	4	5	4	5
16	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3
17	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
18	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
19	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3
20	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
21	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4
22	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
23	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
24	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
26	3	4	4	3	4	3	3	3	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4

No	PERSEPSI RESIKO						PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN							KEPERCAYAAN						KEPUTUSAN PEMBELIAN							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
27	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5
28	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	3	4
29	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5
30	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
31	3	4	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
32	3	5	5	3	5	3	4	5	4	5	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4
34	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	5	3	3	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4
36	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
37	4	3	4	3	4	5	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
38	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3
39	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4
40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
41	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4
42	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	2
43	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
46	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
47	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4
48	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4
49	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
50	3	2	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3
51	3	3	3	5	3	4	3	3	3	5	4	5	3	3	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4
52	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5

No	PERSEPSI RESIKO						PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN							KEPERCAYAAN						KEPUTUSAN PEMBELIAN							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
53	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
56	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
58	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
59	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	3	5	4	4
60	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
61	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
62	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	4	2	3	4	3	3	3
63	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
64	3	3	3	3	2	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
65	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4
66	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	5	4	4	3	5
67	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
68	3	4	2	2	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
69	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3
70	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	3	3	5	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
72	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4
73	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
74	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3
75	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
76	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4
77	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4
78	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5

No	PERSEPSI RESIKO						PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN							KEPERCAYAAN						KEPUTUSAN PEMBELIAN							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
79	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3
80	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
81	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	4	3	5	4	4	3	4	5	4	5	3
83	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
84	2	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4
85	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
86	3	4	3	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
87	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4
89	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
90	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4
92	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3
93	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4
94	4	4	5	5	3	3	3	5	5	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
95	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
96	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3

LAMPIRAN 6

HASIL UJI SEM-PLS

1. F-SQUARE

	X1	X2	Y	Z
X1			0.078	0.094
X2			0.406	0.592
Y				
Z			0.068	

2. R-SQUARE

	R-square	R-square adjusted
Y	0,911	0,908
Z	0,861	0,858
Average	0,886	0,883

Nilai Goodness of Fit

$$\begin{aligned}
 & \sqrt{0,888} \times \\
 & = 0,883 \\
 & = 0,88
 \end{aligned}$$

3. Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.055	0.055
d_ULS	1.163	1.163
d_G	1.212	1.212
Chi-square	529.465	529.465
NFI	0.771	0.771

4. DIRECT EFFECT

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.206	0.209	0.078	2.641	0.008
X1 -> Z	0.269	0.271	0.099	2.727	0.006
X2 -> Y	0.566	0.569	0.103	5.490	0.000
X2 -> Z	0.677	0.676	0.093	7.243	0.000
Z -> Y	0.208	0.202	0.091	2.286	0.022

5. INDIRECT EFFECT

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Z -> Y	0.056	0.054	0.031	1.796	0.073
X2 -> Z -> Y	0.141	0.137	0.066	2.130	0.033

LAMPIRAN 7

HASIL SAPS

DAFTAR USULAN PENETAPAN ANGKA KREDIT KEGIATAN MAHASISWA
STUDENT ACTIVITIES PERFORMANCE SYSTEM (SAPS)
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH

KETERANGAN PERORANGAN		
1.	Nama	FAUZI DIATUL AMBRI
2.	NPM	2110070530180
3.	Fakultas/ Jurusan	Ekonomi
4.	Program Studi	Manajemen
5.	Tahun Masuk	2021
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Pasir panjang/ 03-03-2001
7.	Jenis Kelamin	Laki-laki
8.	E-Mail	
9.	No. HP	081277560295
10.	Alamat	

UNSUR YANG DINILAI				
NO.	UNSUR DAN SUB UNSUR	ANGKA KREDIT		
		DEFAULT	JUMLAH USULAN	TIM PENILAI
	UNSUR UTAMA			
1.	PENALARAN			
	Menulis Karya Ilmiah			
	Dalam Majalah Ilmiah Tiap Artikel			
	1. Internasional	40	0	0
	2. Nasional	30	0	0
	3. Regional	20	0	0
	4. Universitas	15	0	0
	5. Fakultas	10	0	0
	6. Program Studi	15	0	0
	Dalam Koran/ Majalah Populer/ Umum Tiap Artikel			
	1. Internasional/bhs. asing	30	0	0
	2. Nasional	20	0	0
	3. Lokal	10	0	0
	Dalam Bentuk Buku (dengan ISBN)			
	1. Sebagai penulis	40	0	0
	2. Sebagai penulis artikel	30	0	0
	3. Sebagai editor	20	0	0
	Mengikuti Lomba Karya Ilmiah (Karya Tulis/ Pemikiran Kritis/ Debat)			

UNSUR YANG DINILAI				
NO.	UNSUR DAN SUB UNSUR	ANGKA KREDIT		
		DEFAULT	JUMLAH USULAN	TIM PENILAI
	Lomba Karya ilmiah(karya tulis/pemikiran kritis/debat)			
	1. Internasional	40	0	0
	2. Nasional	25	0	0
	3. Regional	15	0	0
	4. Universitas	10	0	0
	5. Fakultas / Jurusan	5	0	0
	6. Program Studi	3	0	0
	Mendapatkan Prestasi Pada Pertemuan/ Perlombaan Ilmiah			
	Prestasi pada pertemuan/perlombaan ilmiah			
	1. Internasional	60	0	0
	2. Nasional	40	0	0
	3. Regional	30	0	0
	4. Universitas	25	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	15	0	0
	6. Program Studi	10	0	0
	Mengikuti Seminar Ilmiah			
	Sebagai Pemakalah			
	1. Internasional	40	0	0
	2. Nasional	30	0	0
	3. Regional	20	0	0
	4. Universitas	15	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	10	0	0
	6. Program Studi	5	0	0
	Sebagai Peserta			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	2	15
	3. Regional	10	0	0
	4. Universitas	5	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	3	0	0
	6. Program Studi	2	0	0
	Menampilkan Poster Pada Pertemuan Ilmiah			
	Poster pada pertemuan ilmiah			
	1. Internasional	30	0	0
	2. Nasional	20	0	0

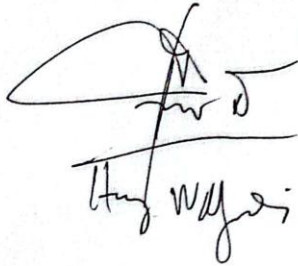
UNSUR YANG DINILAI				
NO.	UNSUR DAN SUB UNSUR	ANGKA KREDIT		
		DEFAULT	JUMLAH USULAN	TIM PENILAI
	3. Regional	15	0	0
	4. Universitas	10	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	5	0	0
	Membuat Rancangan dan Karya Teknologi, Karya Seni, Pertunjukan Karya Seni			
	Rancangan dan karya teknologi, karya seni, pertunjukan karya seni			
	1. Internasional	40	0	0
	2. Nasional	25	0	0
	3. Regional	15	0	0
	4. Universitas	10	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	5	0	0
	Berperan Serta Aktif pada Organisasi Profesi			
	Tingkat Internasional sebagai:			
	1. Ketua/Wakil/sekretaris/ Bendahara Tiap periode	25	0	0
	2. Pengurus tiap periode jabatan	20	0	0
	3. Anggota tiap semester	15	0	0
	Tingkat Nasional sebagai :			
	1. Ketua/Wakil/Sekretaris/ Bendahara tiap periode jabatan	20	0	0
	2. Pengurus tiap periode jabatan	15	0	0
	3. Anggota tiap semester	10	0	0
	Tingkat Regional :			
	1. Ketua/Wakil/Sekretaris/ Bendahara tiap	15	0	0
	2. Pengurus tiap periode jabatan	10	0	0
	3. Anggota tiap periode jabatan	5	0	0
	Tingkat Universitas/ Fakultas/Jurusan :			
	1. Ketua, Wakil/Sekretaris/ Bendahara tiap	10	0	0
	2. Pengurus tiap periode jabatan	5	0	0
	3. Anggota tiap periode jabatan	3	0	0
	Mengikuti Pelatihan Bidang Keilmuan			
	Pelatihan Bidang Keilmuan			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	1	15
	3. Regional	10	0	0
	4. Universitas	5	2	5

UNSUR YANG DINILAI				
NO.	UNSUR DAN SUB UNSUR	ANGKA KREDIT		
		DEFAULT	JUMLAH USULAN	TIM PENILAI
	5. Fakultas/ Jurusan	3	1	3
2.	MINAT DAN BAKAT			
	Menduduki Jabatan pada Badan Kemahasiswaan			
	Tingkat Universitas tiap periode kepengurusan			
	1. Presiden/Wakil/Sekretaris/ Bendahara BEM Unbrah	25	0	0
	2. Kementrian	15	0	0
	3. Anggota Pengurus	10	0	0
	4. Ketua/Wakil/ Sekretaris DLM Unbrah	25	0	0
	5. Anggota DLM Unbrah	10	0	0
	Mempunyai prestasi di bidang Olahraga/ humaniora /piagam/medali penghargaan			
	Tingkat Fakultas/Jurusan tiap periode kepengurusan			
	1. Gubernur/Wakil/Sekretaris/ Bendahara BEM	25	0	0
	2. Kepala Seksi/Bidang	15	0	0
	3. Anggota Pengurus	10	0	0
	4. Ketua/ Wakil/ Sekretaris DLM F/J	25	0	0
	5. Anggota DLM F/J	10	0	0
	Mengikuti perlombaan bidang Olahraga/ humaniora			
	Perlombaan bidang Olahraga/ humaniora			
	1. Internasional	30	0	0
	2. Nasional	20	0	0
	3. Regional	15	0	0
	4. Universitas	10	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	5	0	0
	Menduduki Jabatan pada UKM Tingkat Universitas/ Fakultas/ Jurusan			
	Jabatan pada UKM Tingkat Universitas/ Fakultas/ Jurusan			
	1. Ketua/Wakil tiap periode kepengurusan	15	0	0
	2. Kepala Bidang tiap periode kepengurusan	10	0	0
	3. Anggota tiap periode kepengurusan	5	0	0
	Mewakili PT duduk dalam panitia antar lembaga tiap priode			
	Duduk dalam panitia antar lembaga tiap priode			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	0	0
	3. Regional	10	0	0

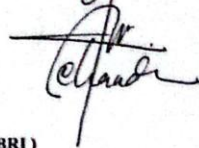
UNSUR YANG DINILAI				
NO.	UNSUR DAN SUB UNSUR	ANGKA KREDIT		
		DEFAULT	JUMLAH USULAN	TIM PENILAI
	Mengikuti pertemuan organisasi/lembaga tiap kegiatan			
	Mengikuti pertemuan organisasi/lembaga tiap kegiatan			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	0	0
	3. Regional	10	0	0
	Berperan-serta aktif dalam ke Panitiaan tiap kegiatan			
	Aktif dalam ke Panitiaan tiap kegiatan			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	0	0
	3. Regional	10	0	0
	4. Universitas	5	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	3	0	0
	6. Program Studi	2	0	0
	Mengikuti pelatihan bidang minat dan bakat serta kegiatan pelatihan lainnya			
	Pelatihan bidang minat dan bakat serta kegiatan pelatihan lainnya			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	0	0
	3. Regional	10	0	0
	4. Universitas	5	0	0
	5. Fakultas/ Jurusan	3	0	0
	6. Program Studi	2	0	0
3.	PENGABDIAN PADA MASYARAKAT			
	Memberikan layanan kepada masyarakat tiap kegiatan			
	Layanan kepada masyarakat tiap kegiatan			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	0	0
	3. Regional	10	0	0
	4. Lokal	5	0	0
	Memberikan pelatihan keilmuan pada masyarakat tiap kegiatan			
	Pelatihan keilmuan pada masyarakat tiap kegiatan			
	1. Internasional	20	0	0
	2. Nasional	15	0	0
	3. Regional	10	0	0
	4. Lokal	5	0	0

UNSUR YANG DINILAI				
NO.	UNSUR DAN SUB UNSUR	ANGKA KREDIT		
		DEFAULT	JUMLAH USULAN	TIM PENILAI
	TOTAL	1694	6	58

Padang, 19-04-2025
Diajukan Oleh


Fauzi Diatulambri


(FAUZI DIATULAMBRI)

19/04/2025


LAMPIRAN 8

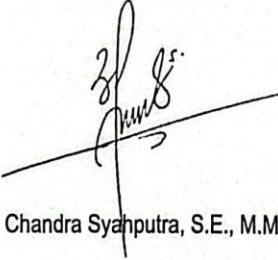
TURNITIN

17/4/25

TURNITIN FAUZI 2025

FEB-UNBRAH

Padang, 18/04/2025



Chandra Syahputra, S.E., M.M

Submission date: 18-Apr-2025 02:05AM (UTC-0500)

Submission ID: 2573535743

File name: SKRIPSI_FAUZI_2025.pdf (1.05M)

Word count: 19576

Character count: 120693

TURNITIN FAUZI 2025

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

3%

2

artikelinformasi.com

Internet Source

2%

3

eprints.untirta.ac.id

Internet Source

2%

4

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

1%

5

eprintslib.ummgl.ac.id

Internet Source

1%

6

sintama.stibsa.ac.id

Internet Source

1%

7

Submitted to Asosiasi Dosen, Pendidik dan
Peneliti Indonesia

Student Paper

1%

8

journals.stimsukmamedan.ac.id

Internet Source

1%

9

repository.teknokrat.ac.id

Internet Source

1%

10

dinastipub.org

Internet Source

1%

LAMPIRAN 9

DOKUMENTASI





LAMPIRAN 10

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS BAITURRAHMAH PADANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fauzi Diatui Ambri
NPM : 2110070530180
Jurusan : Manajemen
Pembimbing 1 : Harry Wahyudi, S.E., M.Si
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Resiko dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dan Kepercayaan Sebagai Mediasi (Studi Kasus di E-Commerce Shopee)

Bbg Ke:	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing I
	Selasa 15/10/2024	Pengantar Jurnal	
	Jumat 1/11/2024	diskusi kerangka	
	Selasa 5/11/2024	diskusi Bab II - III	
	Sabtu 9/11/2024	diskusi dan Enpro	
	Rabu 15/01/2025	diskusi Gambaran	
	Senin 3/02/2025	diskusi hasil olah data	
	Rabu 12/02/2025	diskusi Bab IV - V (konsumsi, validasi)	
	Kamis 13/03/2025	diskusi Bab IV - V (PBB, F&S, AVE)	
	Jumat 11/04/2025	dan lupa	



UNIVERSITAS BAITURRAHMAH PADANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fauzi Diatul Ambri
 NPM : 2110070530180
 Jurusan : Manajemen
 Pembimbing 2 : Amrullah, S.E., M.Si
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Resiko dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dan Kepercayaan Sebagai Mediasi (Studi Kasus di E-Commerce Shopee)

Bbg Ke:	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing II
1	Sabtu 10/10/2024	Pengajuan Judul	
2	Sabtu Senin 11/11/2024	Revisi Bab I	
3	Sabtu 16/11/2024	Revisi Bab I - III	
4	Kamis / 28/11/2024	Acc Sempro	
5	Sabtu / 18/01/2025	Diskusi Kuesioner Penelitian	
6	Rabu / 05/02/2025	Diskusi Hasil Olah Data	
7	Senin / 17/02/2025	Bimbingan bab iv dan bab v	
8	Selasa / 18/03/2025	Revisi bab iv - v dan hasil penelitian	
9	Selasa / 14/04/2025	Acc kompie DRAFT skripsi	