

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI JEJARING SOSIAL INSTAGRAM
(Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**

FAKHRI

8223163054



Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE OF RISK PERCEPTION ON PURCHASE DECISION THROUGH SOCIAL NETWORK INSTAGRAM
(Survey on Students Universitas Negeri Jakarta)***

FAKHRI

8223163054



Research papers was written to fulfill one of the requirements to get the title of Diploma at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

ABSTRAK

Fakhri, 2019, 8223163054, “Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian melalui Jejaring Sosial Instagram (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui gambaran tentang Persepsi Risiko Instagram. 2) Gambaran dari keputusan pembelian melalui jejaring sosial Instagram. 3) Mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 162 responden yang pernah membeli produk/jasa pada Instagram. Subjek dari penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling.

Data diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,241 (24,1%), sedangkan sisanya 0,759 (75,9%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $6,422 > 1,978$.

Kata kunci: Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian, Jejaring Sosial, Instagram

ABSTRACT

Fakhri, 2019, 8223163054, "The Influence Of Risk Perception On Purchase Decision through Social Network Instagram (Survey on students Universitas Negeri Jakarta)". DIII Marketing Management. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This research aims to: 1) know about the risk perception on Instagram 2) know about purchase decision through social media Instagram 3) analyze the influence of risk perception to purchase decision through social media Instagram. The primary data were collected by questionnaires that was spreading to buyer a product/service on Instagram. The subject of this research are students State Universiy of Jakarta. The sampling technique in this research used non-probability sampling with purposive sampling method.

The author used SPSS program version 25 to process the data resource. From the result of this research, known that risk perception has influenced to purchase decision. Which is showed by value of coefficient determination (r^2) is 0,241 (24,1%) then it means that the rest is 0,759 (75,9%) explained by other variables. In this research, also known that risk perception have positive and significant influence to purchase decision. It can be showed by the value of t_{hitung} which is higher than t_{tabel} , $6,422 > 1,978$.

Keyword: Risk Perception, Purchase Decision, Social Media, Instagram

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta

Prof. Dr. Dedi Purwana, E., S., M.Bus.
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Sidang

Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si.
NIP. 19720617 199903 1 001

21 Agustus 2019

Pengaji Ahli

Dra. Umi Mardiyati M.Si.
NIP. 19570221 198503 2 002

21 Agustus 2019

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M.Si.
NIP. 19630119 199203 2 001

21 Agustus 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 7 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Fakhri
NIM. 8223163054

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya peneliti diberikan kesehatan dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini yang sesuai dengan harapan peneliti.

Terima kasih kepada orang tua peneliti, yang karena atas doa serta dukungannya peneliti bisa menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Selama menyusun Karya Ilmiah ini, peneliti mendapatkan bimbingan, saran dan dukungan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus hati peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu peneliti dalam proses pernulisan Karya Ilmiah ini.
2. Prof. Dr. Dedi Purwana, E. S., M.Bus. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
4. Seluruh dosen program studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh teman-teman dari kelas DIII A Manajemen Pemasaran 2016 terutama Anggraini Dwi Utari, Irsyad Naratama, M. Fauzan Hanief, Rudi Oktoriyandi, Alvin F. Sugesta, Kintan Syanin, Rezal .S, Naufal Syady, dan Bela Aisah.

6. Teman-teman bimbingan saya, Erlin Arista, Etika Dwi Yuningtyas, Hardigus W. Syaqri, dan Ferama.
7. Kerabat dan teman-teman saya yang tidak bisa disebutkan satu-satu.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya membantu saya mengisi kuesioner.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih banyak dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 12 Agustus 2019

Peneliti