

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN,
PERSEPSI RISIKO DAN DISKON HARGA TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK *FASHION* *DIE-*
COMMERCE SHOPEE: STUDI KASUS**

HULU SUNGAI UTARA

KARYA TULIS ILMIAH

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
pada program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

GANGGA FIIKI AMASTYA

NPM : 202211

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI**

2025

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama saya ucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan pada Nabi Muhammad SAW. Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini saya persembahkan sebagai bukti semangat usahaku serta cinta dan kasih sayangku kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidupku. Untuk karya yang sederhana ini, maka penulis persembahkan untuk :

1. Cinta pertama dan panutanku, ayahanda Parmin Bahri dan pintu surgaku ibunda Darni. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar. Semoga ayah dan ibu Panjang umur dan sehat selalu.
2. Adikku Suci Alfiana, Yudha Akbar Zulfani yang selalu mengingatkan penulis untuk tetap fokus mengerjakan karya tulis ini. Terimakasih
3. Dosen pembimbing saya yaitu Bapak Ary Yudianto,S.Sos, MM CRMA yang telah membimbing penulisan karya tulis ilmiah ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian penulisan karya tulis ilmiah ini.
5. Teruntuk teman-teman terimakasih atas segala motivasi,dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

6. Teman-teman seperjuangan D3 Administrasi Bisnis Angkatan 2022,
Terimakasih sudah mau berjuang bersama dan saling menguatkan.
7. Karya ini kupersembahkan untuk diriku sendiri yang terus berusaha
melakukan yang terbaik.
8. Terimakasih untuk perunggu atas terciptanya karya 33x, PRAM, kalibata
2012, pikiran yang matang, sebuah melodi yang sangat memberikan
sebuah angin sejuk kepada penulis, jujur, lugas dan menenangkan.
- 9.

TANDA PERSETUJUAN

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Diskon Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Fashion* di *E-Commerce* Shopee:

Studi Kasus Hulu Sungai Utara

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 23 Juli 2025

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai


Disetujui

Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis




Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®
NIK. 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing



Ary Yudianto, S.sos, MM, CRMA
NUPTK. 6039772673130363

Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP, CIQnR, CIQaR
NIK. 19891025 201807 1 030



PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Persepsi

Risiko dan Diskon Harga terhadap Minat Beli Konsumen

pada Produk *Fashion* di *E-Commerce* Shopee:

Studi Kasus Hulu Sungai Utara



Disusun Oleh :

Gangga Fiiki Amastya

202211

Telah dipertahankan didepan tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 23 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua Merangkap Anggota	Ary Yudianto, S.Sos, M.M, CRMA	
Sekretaris Merangkap Anggota	Jamil Rifani, S.Sos, M.M	

Amuntai, Juli 2025

Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis



Harris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®
NIK. 19940609 201509 1 020

Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP., CIQnR, CIQaR
NIK. 19891025 201807 1 030

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gangga Fiiki Amastya

NPM : 202211

Judul KTI : **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Diskon Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Fashion* Di *E-Commerce* Shopee: Studi Kasus Hulu Sungai Utara**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tulis Ilmiah (KTI) yang saya tulis adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di perguruan tinggi mana pun.

Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai, Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Gangga Fiiki Amastya

ABSTRAK

Gangga Fiiki Amastya, 202211, Judul “**Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Diskon Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion di E-Commerce Shopee: Studi Kasus Hulu Sungai Utara**” di bawah bimbingan Bapak Ary Yudianto, S.Sos, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh empat variabel (1) kemudahan penggunaan, (2) kepercayaan, (3) persepsi risiko, dan (4) diskon harga terhadap minat beli produk fashion di platform Shopee. Rancangan penelitian bersifat kuantitatif dengan populasi pengguna Shopee di Hulu Sungai Utara. Dengan metode purposive sampling dipilih 75 responden yang memenuhi kriteria. Data dikumpulkan melalui kuesioner teruji validitas dan reliabilitas.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (X_1) tidak berpengaruh signifikan ($p = 0,215$; $t = 1,250 < t\text{-tabel}$), sedangkan kepercayaan (X_2) memiliki potensi pengaruh meskipun belum signifikan secara statistik ($p = 0,087 > 0,05$), karena nilai t -hitung (1,734) melebihi t -tabel. Persepsi risiko (X_3) juga tidak berpengaruh ($p = 0,216$; $t = 1,249 < t\text{-tabel}$). Hanya promosi/diskon harga (X_4) yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat beli ($p = 0,013 < 0,05$; $t = 2,563 > t\text{-tabel}$). Temuan serupa dalam penelitian e-commerce menunjukkan bahwa diskon harga dan kepercayaan sering muncul sebagai faktor signifikan dalam mempengaruhi minat beli.

Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa diskon harga secara signifikan meningkatkan minat beli konsumen, pelaku bisnis fashion di Shopee sebaiknya memprioritaskan penerapan strategi diskon yang terstruktur seperti diskon persentase maupun nominal, flash sale atau produk limited time, serta bundling produk dengan potongan harga, strategi ini meningkatkan minat beli, dan tetap menjaga kualitas merek agar diskon tidak mengurangi wawasan nilai produk karena terbukti diskon harga terbukti menjadi pendorong utama minat beli dalam konteks belanja online seperti Shopee.

Kata Kunci: kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi risiko, diskon harga, minat beli

ABSTRACT

Gangga Fiiki Amastya, 202211, title "*The Influence of Ease of Use, Trust, Perceived Risk, and Price Discounts on Consumers' Purchase Intention for Fashion Products on Shopee E-Commerce: A Case Study in Hulu Sungai Utara*". Supervisor: Mr. Ary Yudianto, S.Sos, MM, CRMA

This study aimed to determine the significance of four variables—(1) ease of use, (2) trust, (3) perceived risk, and (4) price discounts—on consumers' purchase intention for fashion products on the Shopee platform. The research employed a quantitative design, with the population consisting of Shopee users in Hulu Sungai Utara. A total of 75 criteria-matching respondents were selected via purposive sampling. Data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability.

Regression analysis revealed that ease of use (X_1) did not have a significant effect ($p = 0.215$; $t = 1.250 < t\text{-table}$), whereas trust (X_2) showed potential influence, though it was not statistically significant ($p = 0.087 > 0.05$), since the t -value (1.734) exceeded the t -table. Perceived risk (X_3) also had no significant effect ($p = 0.216$; $t = 1.249 < t\text{-table}$). Only the price discount/promotional variable (X_4) exhibited a significant impact on purchase intention ($p = 0.013 < 0.05$; $t = 2.563 > t\text{-table}$). Similar findings in e-commerce research indicate that price discounts and trust often emerge as significant predictors of purchase intention.

Based on these results, since price discounts significantly boost consumer purchase intention, fashion businesses on Shopee should prioritize structured discount strategies—such as percentage or nominal reductions, flash sales or limited-time offers, and bundled product promotions. These strategies effectively stimulate purchasing interest while maintaining brand quality so that discounts do not diminish the perceived value of the products, given that price discounts are proven to be primary drivers of purchase intention in online shopping contexts like Shopee.

Keywords: *ease of use, trust, perceived risk, price discount, purchase intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah(KTI) yang berjudul ” **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Diskon Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Fashion* di *E-Commerce* Shopee: Studi Kasus Hulu Sungai Utara**”.

Penulis dalam proses penyusunan Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak –pihak yang telah membantu dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP, CIQnR, CIQaR selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai .
2. Bapak Haris Fadillah S.SOS., M.A.B, CLMA[®] Ketua Prodi Administrasi Bisnis.
3. Bapak Ary Yudianto, S.Sos, MM, CRMA Dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan tugas akhir.
4. Seluruh dosen beserta staf tata usaha beserta jajarannya yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
5. Seluruh keluarga dan teman-teman terima kasih atas dukungan motivasi serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini.

Penulis menyadari bahwa Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan. Kritik dan saran serta tanggapan yang bersifat membangun akan penulis terima demi kesempurnaan Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini.

Amuntai, Juli 2025

Gangga Fiiki Amastya

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
TANDA PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI	vi
BERITA ACARA.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teoritis	12
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	12
2.2.2 Teori TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	13
2.2.3 Teori Kemudahan Penggunaan	14

2.2.2	Teori Kepercayaan Konsumen.....	16
2.2.3	Teori Persepsi Risiko	17
2.2.4	Teori Diskon Harga.....	19
2.2.5	Teori Minat Beli.....	20
2.3	Kerangka Pemikiran	23
2.3.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli	23
2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	24
2.3.3	Pengaruh Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Minat Beli	25
2.3.4	Pengaruh Diskon Harga Terhadap Minat Beli.....	26
2.4	Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.2	Pendekatan Penelitian.....	29
3.3	Tipe Penelitian.....	29
3.4	Populasi dan Sampel.....	30
3.5	Definisi Operasional Variabel	32
3.5.1	Minat Beli Konsumen (Dependent Variabel)	32
3.5.2	Kemudahan Penggunaan Shopee	32
3.5.3	Kepercayaan Terhadap Shopee	33
3.5.4	Persepsi Resiko terhadap Shopee.....	33
3.5.5	Promosi/Diskon Harga	33
3.6	Instrumen Penelitian.....	34
3.7	Teknik Pengumpulan Data	36
3.8	Teknik Penentuan Skor	37

3.9	Teknik Analisis Data	38
3.9.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	40
3.9.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Deskripsi Data Penelitian	44
4.1.1	Karakteristik Responden	44
4.1.2	Deskripsi variabel.....	46
4.2	Hasil Analisa Data	51
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	55
4.2.3	Analisis Linear Berganda	61
4.3	Hasil dan Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	SARAN	70
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Instrumen penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	45
Tabel 4. 3 Jawaban Responden terhadap Variabel X1.....	46
Tabel 4. 4 Jawaban Responden terhadap Variabel X2.....	47
Tabel 4. 5 Jawaban Responden terhadap Variabel x3.....	48
Tabel 4. 6 Jawaban Responden terhadap Variabel X4.....	48
Tabel 4. 7 Jawaban Responden terhadap variabel Y.....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test.....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji f.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data produk terlaris	3
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	28
Gambar 4. 1 Histogram	56
Gambar 4. 2 P-Plot.....	57
Gambar 4. 3 Scatterplot.....	60