

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN BELANJA MELALUI SISTEM INFORMASI PENGADAAN SEKOLAH (SIPLAH) PADA PERUSAHAAN CV. SAUDARA PANETAMA LABUHANBATU UTARA

Hartini Pratiwi Pane, Angginun Juwita Sari, Parapat Gultom

Program Studi Magister Ilmu Manajemen, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

hartinipratiwipane@gmail.com, angginun22@gmail.com, parapat@usu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan resiko terhadap keputusan pelanggan belanja melalui SIPLah pada perusahaan CV. SAUDARA PANETAMA. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. SAUDARA PANETAMA yang belanja melalui *SIPLah* khususnya adalah beberapa sekolah-sekolah di Labuhanbatu Utara sebanyak 68 sekolah. sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 40 responden. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan CV.SAUDARA PANETAMA yang berlokasi di jalan Gunung Melayu, Kecamatan Kualuh Selatan, kabupaten labuhanbatu Utara 21457. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan secara partial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui Sistem Informasi Pengadaan Sekolah (SIPLah) pada CV.SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Resiko secara partial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui Sistem Informasi Pengadaan Sekolah (SIPLah) pada CV.SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Kepercayaan dan resiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui Sistem Informasi Pengadaan Sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Variabel

kepercayaan dan resiko menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pelanggan belanja melalui Sistem Informasi Pengadaan (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara sebesar 69,7% sedangkan sisanya 30,3% dijelaskan oleh faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti variabel variabel keamanan, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kata Kunci: Kepercayaan, Resiko dan Keputusan Pelanggan.

Abstrack

This research aims to determine the influence of trust and risk on customers' shopping decisions through SIPLah at the CV. SAUDARA PANETAMA. The data analysis methods used are descriptive and quantitative. The population in this research is CV. SAUDARA PANETAMA who shop through SIPLah in particular are several schools in North Labuhanbatu, totaling 68 schools. The sample in this study was set at 40 respondents. This research was conducted at the CV. SAUDARA PANETAMA Company which is located on Jalan Gunung Melayu, Kualuh Selatan District, North Labuhanbatu Regency 21457. The results of this research show that trust partially has a positive and significant effect on customers' shopping decisions through the School Procurement Information System (SIPLah) on CV. SAUDARA PANETAMA North Labuhanbatu. Partial risk has an insignificant negative effect on customers' shopping decisions through the School Procurement Information System (SIPLah) at CV. SAUDARA PANETAMA North Labuhanbatu. Trust and risk simultaneously have a positive and significant influence on customers' shopping decisions through the School Procurement Information System (SIPLah) at CV. SAUDARA PANETAMA North Labuhanbatu. The trust and risk variables explain their influence on customers' shopping decisions through the Procurement Information System (SIPLah) at CV. SAUDARA PANETAMA North Labuhanbatu is 76.3% while the remaining

23.7% is explained by other factors examined in this research such as safety variables, service quality and product quality.

Keywords: Trust, Risk and Customer Decision.

1. Pendahuluan

Penggunaan Internet pada Sekolah- Sekolah, Kemendikbud menerbitkan Surat Edaran Nomor 8 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pengadaan Barang dan Jasa Satuan Pendidikan melalui Sistem Informasi Pengadaan di Sekolah (SIPLah), informasi tersebut sangat penting bagi para pemangku kebijakan, terutama Pemerintah Daerah, Satuan Pendidikan serta bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). SIPLah adalah inovasi dalam pengadaan barang/jasa Satuan Pendidikan untuk meningkatkan transparansi dan kemudahan bagi Satuan Pendidikan (Satdik) dalam administrasi dan pelaporan serta bagi UMKM untuk turut serta hadir sebagai penyedia barang dan jasa di SIPLah. Dalam hal ini SIPLah menyediakan layanan bagi Penjual untuk memasang, memasarkan dan melakukan penjualan atas produk atau barang milik Penjual. Terkait dengan hal tersebut Pemerintah telah membuat peraturan bagi pengelola dunia pendidikan khususnya sekolah-sekolah di Indonesia untuk mengakses pembelanjaan dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) dari Pemerintah untuk dapat dibelanjakan melalui SIPLah. Peraturan ini sudah dijalankan oleh sekolah-sekolah sejak tahun 2019. Sekolah wajib membelanjakan dana BOS mereka sesuai kebutuhan sekolahnya, seperti pengadaan buku siswa dan guru, alat tulis kantor, moubiler, elektronik, dan lainnya (Kemendikbud SE No.8 : 2020).

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan terhadap beberapa sekolah terkait dengan pembelanjaan melalui SIPLah tidak sedikit sekolah yang bingung dan sulit menentukan pilihan dalam mengambil keputusan, hal ini dikarenakan banyaknya

perusahaan yang sejenis pada SIPLah sehingga sekolah sulit untuk menentukan perusahaan mana yang dapat di percaya dalam proses kerjasama. Sekolah harus benar-benar matang dalam pengambilan keputusan untuk memilih perusahaan. Hal ini tidak lepas dari privasi sekolah yang sangat vital sehingga harus benar-benar terjaga privasinya. Kepercayaan terhadap perusahaan menjadi faktor utama bagi sekolah-sekolah dalam menjalin kerjasama. Sekolah-sekolah harus terlebih dahulu mengetahui reputasi dari perusahaan tersebut baik buruknya, karena menurut beberapa sekolah yang pernah bertransaksi melalui SIPLah pada perusahaan yang tidak dikenal menyebabkan timbulnya masalah, yaitu privasi sekolah yang tidak terjaga seperti akun DAPODIK yang sering disalah gunakan untuk melakukan transaksi-transaksi tanpa izin dan sepengetahuan sekolah tersebut. Selain itu, dalam melakukan transaksi melalui SIPLah menurut beberapa sekolah sering timbul resiko setelah pemesanan, seperti barang yang dipesan rusak, tidak sesuai dengan pesanan, barang terlampau lama datang. Yang paling menjadi masalah adalah ketika sekolah sudah melakukan transaksi melalui SIPLah pada perusahaan yang tidak dikenal sama sekali, barang yang dipesan tidak dikirim padahal sekolah sudah melakukan pembayaran. Hal ini sering terjadi pada sekolah-sekolah sehingga membuat sekolah bingung untuk menuntut perusahaan tersebut karena tidak mengetahui identitas perusahaan. maka timbul ketertarikan peneliti untuk menguji dan mengkaji mengenai "Pengaruh Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pelanggan Belanja Melalui Sistem Informasi Pengadaan Sekolah (SIPLah) Pada Perusahaan CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara".

2. Tinjauan Pustaka

Menurut Luarn dan Lin (2019 : 37), "kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas (kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji), benevolence (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai

dengan kepentingan yang mempercayai mereka), competency (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan predictability (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya)". Rosalia dan Ellyawati (2019: 77) mendefinisikan resiko sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat meramalkan dampak dari keputusan pembelian mereka. Hasil dari keputusan pembelian yang sering kali tidak pasti tersebut, membuat pelanggan merasakan adanya tingkat risiko tertentu dalam keputusan pembeliannya. Kotler (2018 : 32) mengungkapkan bahwa "keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang mengenai preferensi atas setiap merek yang ada didalam kumpulan pilihan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Untuk efektifitas dan penyederhanaan proses pengadaan barang/jasa sekolah melalui dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS), Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) merancang sebuah sistem elektronik, yaitu Sistem Informasi Pengadaan Sekolah (SIPLah) sebagai sarana Pengadaan Barang dan Jasa (PBJ). SIPLah adalah platform Kemendikbud yang dirancang untuk mempermudah proses PBJ oleh sekolah dengan menggandeng sejumlah *marketplace* di Indonesia.

3. Metodologi

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara yang berlokasi di jalan Gunung Melayu, Kecamatan Kualuh Selatan, Kabupaten Labuhanbatu Utara 21457. Metode analisis data yang digunakan yaitu Deskriptif dan

kuantitatif. Populasi dalam Penelitian ini adalah pelanggan CV. SAUDARA PANETAMA yang belanja melalui SIPLAH khususnya adalah beberapa sekolah-sekolah di Labuhanbatu Utara sebanyak 68 Sekolah, menggunakan sampel sebanyak 40 orang.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Cv. Saudara Panetama Labuhanbatu Utara. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode rumus slovin yang mana sampel berjumlah 40 sekolah. Dengan waktu penelitian dimulai pada awal bulan September 2023. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif untuk mendapatkan data pasti berupa angka dari hasil menyebarkan kuesioner yang berisikan 30 pertanyaan kepada 40 responden.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan	40	36	41	38,05	1,395
Risiko	40	37	44	39,73	1,664
Keputusan Pelanggan	40	37	44	40,00	1,987
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif tersebut dijelaskan bahwa pada variabel X1 (Kepercayaan) memiliki nilai rata-rata sebesar 38,5 yang terdiri dari 10 soal, pada X2 (Risiko) memiliki nilai rata-rata sebesar 39,73 yang terdiri dari 10 soal, dan pada Y (Keputusan Pelanggan) memiliki nilai rata-rata sebesar 40 dengan 10 soal.

A. Uji Validitas

Pada uji validitas konvergen ini, hasilnya dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi yang mana R hitung harus lebih besar dari R tabel. Pada taraf signifikansi 95 % atau $\alpha = 0,05$ R tabel sebesar 0, R Tabel 0,2573. Pengujian Validitas dan Reliabilitas dilakukan dengan metode cronbach Alpha dengan program SPSS 26. Angket yang diuji sebanyak 10 soal variabel kepercayaan dan 10 soal variabel risiko. Dengan data diolah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Soal	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Q1	,262	0,2573	Valid
Q2	,298	0,2573	Valid
Q3	,275	0,2573	Valid
Q4	,269	0,2573	Valid
Q5	,280	0,2573	Valid

Q6	,355	0,2573	Valid
Q7	,284	0,2573	Valid
Q8	,264	0,2573	Valid
Q9	,356	0,2573	Valid
Q10	1,000	0,2573	Valid

Tabel 4.2**Hasil Uji Validitas Variabel Risiko**

Soal	rhitung	rtabel	Keterangan
Q11	,476	0,2573	Valid
Q12	,284	0,2573	Valid
Q13	,549	0,2573	Valid
Q14	,412	0,2573	Valid
Q15	,265	0,2573	Valid
Q16	,415	0,2573	Valid
Q17	,441	0,2573	Valid

Pada tabel tersebut dijelaskan bahwa semua pernyataan yang ada adalah valid karena memiliki nilai R hitung lebih besar dari R tabel yang mana R tabel sebesar 0,2573 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dikatakan valid sesuai dengan pengolahan data yang sudah dilakukan.

Q18	,462	0,2573	Valid
Q19	,384	0,2573	Valid
Q10	1,000	0,2573	Valid

B. Uji Reliabilitas

Pada uji ini dijelaskan bahwa nilai batas yang dapat diterima yaitu ≥ 0.7 , apabila nilai lebih besar atau sama dengan 0.7 maka dapat dikatakan reliabel, dan berdasarkan *Cronbach's Alpha* jika diatas 0,6 sudah termasuk reliabel dengan kategori tinggi.

Tabel 4.3

Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,894	,891	30

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,894 yang berisikan 30 pernyataan yang mana berdasarkan tingkat reliabilitasnya maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang dinyatakan masuk kategori tinggi yang artinya reliabel.

4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi berganda, pengujian ini harus dipenuhi agar penaksiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji linearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Kolmogorov-Smirnov Test) dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal histogram. Hasil uji normalitas data dari residual yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

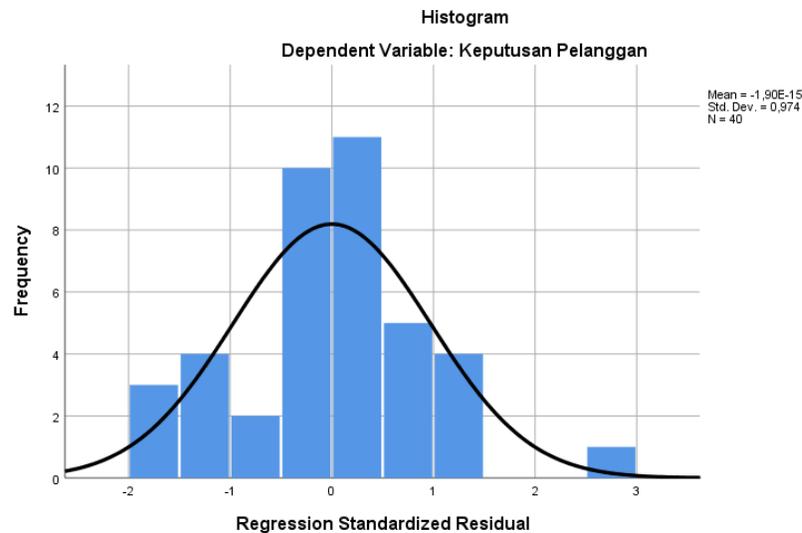
		Unstandardi zed Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,54358888
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,078
	Negative	-,103

Test Statistic	,103
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, menunjukan bahwa nilai signifikansi di atas 0,05 yaitu sebesar 0,200. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi normal. Adapun hasil analisis grafik normal histogram sebagai berikut:

Gambar 1



2. Uji Multikolonieritas

Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (tolerance value) atau nilai Variance Inflation Factor

(VIF). Batas tolerance $> 0,10$ dan batas VIF $< 10,00$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel bebas.

Tabel 4.5

Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Toleranc e	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-,743	8,393		-,089	,930		
	Kepercayaa n	,739	,186	,519	3,978	,000	,958	1,044
	Risiko	,318	,156	,266	2,038	,049	,958	1,044

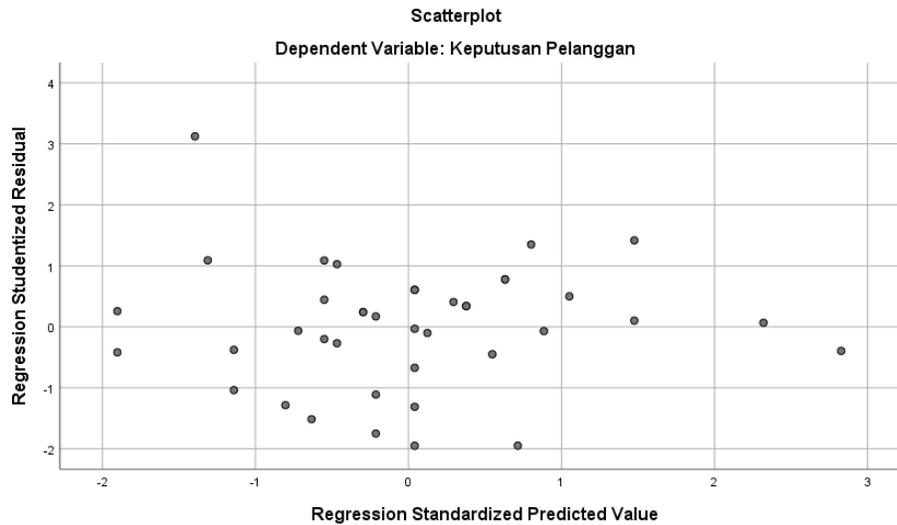
a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Dari Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dengan VIF $< 10,00$ yaitu 1,044 dan Batas Tolerance $> 0,10$ yaitu 0,958.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menentukan heterokedastisitas dapat dilihat dari grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila kondisi tersebut terpenuhi maka tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi layak digunakan.

Gambar 2



Dengan melihat grafik scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

4.2. Pengujian Hipotesis

4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah seluruh uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda, untuk menguji pengaruh kepercayaan, risiko terhadap keputusan pelanggan. Adapun hasil pengolahan data pada regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Koefisien Determinasi

--	--	--	--	--

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 ^a	,697	,364	1,585

Dari tabel diatas tampak bahwa $R^2 = 0.679$, yang artinya: 69,7% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan risiko dan sisanya 30,3% oleh Variabel lainnya.

Tabel 4.7

Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61,076	2	30,538	12,159	,000 ^b
	Residual	92,924	37	2,511		
	Total	154,000	39			

Dari tabel diatas sesuai dengan Uji simultan (Uji Statistik F) jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau variabel bebas dari model regresi linier mampu menjelaskan variabel terikat. Dan dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen dengan $H_a 0,000 < 0,05$.

Tabel 4.8

Hasil Uji Signifikansi T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,743	8,393		-,089	,930
	Kepercayaan	,739	,186	,519	3,978	,000
	Risiko	,318	,156	,266	2,038	,049

a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan peggan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya Variabel risiko memiliki pengaruh terhadap keputusan pelanggan dengan nilai signifikansinya $0,049 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua Variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pelanggan

Dari hasil uji regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien kepercayaan (X1) sebesar 0,2573 yang menunjukkan arah positif artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Dan hasil uji t nilai thitung variabel kepercayaan sebesar thitung (3,978) > ttabel (0,049) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka kepercayaan berpengaruh secara signifikansi terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada

CV.SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak artinya kepercayaan secara partial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Genny Intan Sari HR, dkk (2020) yang berjudul "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang)". Dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan merupakan salah faktor yang paling krusial dalam melakukan kegiatan berbasis perdagangan online. Karena perdagangan yang dilakukan secara online sangat membatasi kontak langsung antara pelanggan.

Pengaruh Resiko Terhadap Keputusan Pelanggan

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien resiko (X_2) sebesar -0,930 menunjukkan arah negatif artinya resiko berpengaruh negatif terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Dan hasil uji t diperoleh nilai thitung (-0,958) > ttabel (1,044) dan nilai signifikansi 0,49 > 0,05, maka resiko berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Sehingga disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima artinya resiko secara partial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui

sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tisia Priskila (2018) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (studi Kasus Pada Shopee Indonesia). Hasil penelitiannya menyatakan bahwa Keputusan pembelian daring dipengaruhi oleh risiko terpersepsi secara negatif. Artinya semakin ringgi risiko yang dirasakan oleh konsumen terhadap e-commerce Shopee Indonesia, maka tingkat keputusan pembelian daring konsumen akan semakin rendah.

Tingkat risiko yang dihadapi pelanggan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Perlu untuk diketahui bahwa para pelanggan sangat dipengaruhi oleh tingkat risiko yang akan mereka rasakan. Tingkat risiko dirasakan pelanggan sangat fundamental dalam perilaku konsumen yang menggambarkan pengalaman pelanggan saat pertama melakukan pembelian, dimana adanya ketidakpastian mengenai jenis maupun tingkat kerugian yang diterima akibat dari adanya keputusan pembelian. Segala hasil dan konsekuensi terhadap setiap keputusan yang diambil sering kali mengalami ketidakpastian, Tingkat risiko yang dirasakan sebagai wujud dari ketidakpastian segala sesuatu yang dihadapi oleh para pelanggan kalau mereka tidak bisa meramalkan dengan benar segala konsekuensi dari keputusan yang mereka ambil.

Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Terhadap Keputusan Pelanggan

Pada hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai Fhitung bernilai positif sebesar 12,159 dengan signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai Ftabel sebesar 2.51. Dengan

demikian $F_{hitung} = 12,159 > F_{tabel} = 2,51$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya variabel kepercayaan dan resiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Dan pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar $0,697$ atau $69,7\%$ artinya variabel kepercayaan dan resiko menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara sebesar $30,3\%$ sedangkan sisanya $30,3\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti variabel variabel keamanan, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tisia Priskila (2018) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia)”. Dalam hasil penelitiannya diperoleh bahwa secara simultan kepercayaan dan resiko terpersepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Shopee Indonesia.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data penelitian ini, sehingga diperoleh beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut: Kepercayaan secara partial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Resiko secara partial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Kepercayaan dan resiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara. Variabel kepercayaan dan resiko menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pelanggan belanja melalui sistem informasi pengadaan sekolah (SIPLah) pada CV. SAUDARA PANETAMA Labuhanbatu Utara sebesar 69,7% sedangkan sisanya 30,3% dijelaskan oleh faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti variabel variabel keamanan, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Daftar Referensi

Andromeda, Kevin. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Belanja Online Pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Program Skripsi Universitas Muhammadiyah. Surakarta.*

Ansyah, Fery. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Pada Vendor Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Toko Online Lazada Di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha. Universitas Negeri Padang.*

Arikunto, Suharsimi.(2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi.Prof.Dr. (2018).*Prosedur Penelitian Suatu PendekatanPraktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Haryani,Dwi Septi. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjung Pinang Manajemen. *STIE Pembangunan Tanjung Pinang.*

https://siplah.kemdikbud.go.id/index.php/tentang_siilah.

Kolter, Philip and Gary Amstrong. (2018). *Principle Of Marketing 15th Edition*. United States of America: Prentice hall.

Limakrisna, Nandan.Prof. Dr. Ir. H, MM.dan Dr.Togi Parulian Purba, M.M..(2019). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnisdi Indonesia Edisi 3*. Jakarta : Mitra Wacana.

Limakrisna, Nandan dan J Supranto. (2019). *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bogor : Penerbit Mitra Wahana Media.

Mahliza, Febrina. (2020). *Consumer Trust In Online Purchase Decision*. Jakarta : Universitas Mercu Buana

Moleong, Lexy J.Prof.Dr.M.A. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Yusuf Fitra.(2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi resiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online. Studi Kasus Toko Online OLX.co.id. *Universitas Negeri Yogyakarta*.

Priskila, Tisia. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Universitas Bunda Mulia*.

Rachbini, Widiarto. (2018). *The Impact Of Consumer Trust, Perceived Risk, Perceived Benefit on Purchase Intention and Purchase Decision*. Universitas Pancasila

Rosdiana,Riski,dkk. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*.

Sanusi, Anwar. (2018).*Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

Sari, Geni Intan HR.dkk. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Keamanan Kualitas Pelayanan Kualitas Produk dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Padang). *STIE Perbankan Indonesia*.

Sudaryono.Dr.(2019). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta : CV.Andi Offset

Sugiyono.Prof.Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT.Alfabeta.

Sugiyono.Prof.Dr. (2019). *Metode Penelitian Kebijakan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2018). *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*. Banyumedia Publishing. Jawa Timur.

Tjiptono, Fandy Ph.D dan Gregorius Chandra. (2019). *Service Quality & Customer Satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.

Yunita, Nahla Rahma.dkk. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponogoro). *Jurnal Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Ponogoro*.