

**PENGARUH PERSEPSI RESIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN  
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA SITUS PEMESANAN TIKET DAN HOTEL *ONLINE*  
TRAVELOKA**

Oleh :

Nama : Raden Mahardika Santoso

NIM : 141140036

E-mail : [mahardikaaa@gmail.com](mailto:mahardikaaa@gmail.com)

Pembimbing I : Drs. Ibrahim, M.M

Pembimbing II : Dra. Triani Pujiastuti, M.P, M.M

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan dengan alat bantu kuesioner. Unit analisis penelitian ini adalah Konsumen pada situs pemesanan tiket dan hotel *online* Traveloka di Kota Yogyakarta. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 105 responden. Metode analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Dan nilai R Square sebesar 0,649, artinya 64,9% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat) dan sisanya yaitu 35,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial ketiga variabel independen yang terdiri dari Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan.

**Kata kunci: Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Keputusan Pembelian.**