



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Hubungan antara Kepercayaan terhadap E-Commerce dengan Perilaku Pengambilan Risiko pada Pengguna

Jasa Taksi M-Commerce

AZZIKRA NURUL F A, Sumaryono, Drs., M.Si., Psikolog

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN TERHADAP *E-COMMERCE* DENGAN PERILAKU PENGAMBILAN RISIKO PADA PENGGUNA JASA TAKSI *M-COMMERCE*

INTISARI

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara kepercayaan terhadap *e-commerce* dengan perilaku pengambilan risiko pada pengguna jasa taksi *m-commerce*. Perilaku pengambilan risiko adalah tindakan untuk mengambil keputusan yang berpotensi menimbulkan akibat yang kurang menyenangkan, bahaya atau kerugian dengan pertimbangan yang logis dan rasional mengenai keuntungan dan kerugian yang akan didapat. Data diambil menggunakan Skala Perilaku Pengambilan Risiko ($\alpha = 0,958$) dan Skala Kepercayaan terhadap *E-Commerce* ($\alpha = 0,953$) kepada 71 orang pengguna jasa taksi *m-commerce* Uber. Hasil uji korelasi *Pearson's Product Moment* $r = 0,126$ dan $p = 0,148$ menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan terhadap *e-commerce* dengan perilaku pengambilan risiko pada pengguna jasa taksi *m-commerce*.

Kata kunci: kepercayaan, *e-commerce*, perilaku pengambilan risiko, hubungan



Hubungan antara Kepercayaan terhadap E-Commerce dengan Perilaku Pengambilan Risiko pada Pengguna

Jasa Taksi M-Commerce

AZZIKRA NURUL F A, Sumaryono, Drs., M.Si., Psikolog

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

RELATIONSHIP BETWEEN TRUST IN E-COMMERCE AND RISK-TAKING BEHAVIOR AMONG M-COMMERCE TAXI CONSUMERS

ABSTRACT

The main purpose of this study was to examine the relationship between trust in e-commerce and risk-taking behavior among m-commerce taxi consumers. Risk-taking behavior is described as an action of making decision which can cause loss, danger or harm with logical and rational considerations regarding the loss and benefits which will be obtained. Data were collected using Risk-Taking Behavior Scale ($\alpha = 0,958$) and Trust in E-Commerce Scale ($\alpha = 0,953$) to 71 m-commerce taxi users. The result of Pearson's Product Moment correlation coefficient shows $r = 0,126$ with $p = 0,148$. The result indicates that there is no significant relationship between trust in e-commerce and risk-taking behavior among m-commerce taxi users.

Keywords: trust, e-commerce, risk-taking behavior, relationship