

Rokifa Purbowanti. 2004. *Hubungan Antara Persepsi Konsumen Mengenai Resiko Pembelian Dengan Minat Beli Konsumen Terhadap Handphone Second (Bekas)*. Skripsi Sarjana Srata-1. Surabaya: Fakultas Psikologi. Universitas Surabaya

ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya teknologi sekarang ini, banyak sekali dijumpai berbagai teknologi yang semakin canggih. Peralatan tersebut dirancang guna memenuhi kebutuhan para konsumen untuk mendapatkan kemudahan. Salah satunya adalah *handphone*. *Handphone* sendiri sudah bukan barang mewah lagi, sekarang ini banyak kita jumpai orang yang menjual *handphone second* yang memiliki harga jauh lebih murah bila dibandingkan dengan *handphone* baru. *Handphone second* sendiri memiliki resiko seperti resiko sosial, resiko psikologis, resiko fungsional, resiko fisik dan resiko finansial. Bagaimana konsumen menerima, mengorganisasi dan menginterpretasi resiko-resiko yang ada pada *handphone second* merupakan persepsi mereka pada resiko pembelian terhadap *handphone second*. Minat sendiri merupakan proses awal sebelum seseorang memutuskan untuk membeli atau tidak membeli *handphone second* tersebut. Dari sinilah peneliti ingin melihat apakah ada hubungan antara persepsi resiko pembelian dengan minat beli konsumen terhadap *handphone second*.

Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya dengan teknik pengambilan sampel *incidental sampling*. Pengumpulan data untuk resiko pembelian dan minat beli terhadap *handphone second* dilakukan melalui angket.

Dari hasil uji hipotesa dengan menggunakan korelasi *Product Moment* mendapatkan hasil resiko sosial sebesar $r = -0,173$ dan $p < 0,05$, resiko psikologis sebesar $r = -0,175$ dan $p < 0,05$, resiko fungsional sebesar $r = -0,221$ dan $p < 0,05$, resiko fisik sebesar $r = -0,159$ dan $p < 0,05$ serta resiko finansial sebesar $r = -0,191$ dan $p < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara resiko pembelian dengan minat beli terhadap *handphone second*. Ini menunjukkan bahwa persepsi resiko yang tinggi diikuti oleh minat beli terhadap *handphone second* yang sedang. Dari perhitungan lebih lanjut, diperoleh bahwa resiko pembelian memberikan sumbangan peran sebesar 72,2 % terhadap minat beli terhadap *handphone second*. Dari data frekuensi yang ada didapatkan bahwa sebagian besar subyek penelitian merasakan ketidakpastian atau ketakutan terhadap konsekuensi yang ada, ketika mereka berpikir untuk membeli *handphone second*, namun hal tersebut masih dikalahkan oleh faktor harga atau kemampuan membeli.