

ABSTRAK

Penggunaan internet di Indonesia saat ini semakin berkembang, hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun. Internet sudah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian orang, saat ini internet digunakan tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi juga untuk berkerja dan berbisnis. Perkembangan internet yang paling terlihat adalah *trend* ke arah *e-commerce*, semakin berkembangnya bisnis melalui *online* membuat pengusaha retail yang sebelumnya hanya berjualan melalui *offline store*, kini juga berjualan melalui *online store*. House of Smith sebagai salah satu perusahaan retail yang bergerak di bidang *fashion* saat ini menjual produknya melalui *offline store* dan juga *online store*, namun ditengah berkembangnya penjualan melalui *online store*, selama empat tahun terakhir ini penjualan House of Smith melalui *online store* tidak sebaik penjualannya di *offline store*. Dalam perjalanan berkembangnya *online store*, terdapat kekhawatiran yang di alami oleh *customer* saat melakukan pembelian, hal ini dapat dilihat melalui persepsi risiko yang dialami oleh konsumen.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengukuran perbandingan risiko pembelian melalui *online store* dan *offline store* kepada pelanggan House of Smith dengan variabel *financial risk*, *product risk*, *time risk*, *social risk* dan *security risk*.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden yang dibagi menjadi 200 responden *online store* dan 200 responden *offline store*. Teknik analisis yang digunakan adalah uji beda Mann Whitney menggunakan SPSS versi 23 sebagai *software* statistiknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa risiko pembelian melalui *online store* lebih tinggi dibanding dengan *offline store*, juga terdapat perbedaan yang signifikan dengan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$ dan berdasarkan analisis deskriptif melalui garis kontinum, risiko pembelian melalui *online store* dan *offline store* termasuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk meminimalisir risiko pembelian melalui *online store*, House of Smith sebaiknya memperbaiki cara dan teknik berkomunikasi dengan pembeli dan melakukan promosi yang dikhususkan pada *online store* untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci : *online store*, *offline store*, risiko pembelian, perbandingan, *e-commerce*.