

**PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI KEAMANAN DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)

SKRIPSI



OLEH :

MELLANIA ARIYA NITTA

18012010030/FEB/EM

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2022

**PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI KEAMANAN DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

MELLANIA ARIYA NITTA

18012010030/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI KEAMANAN DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)

Disusun Oleh :

MELLANIA ARIYA NITTA

18012010030/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 16 Desember 2022**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.

NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W., M.M.

NIP. 196310091991032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

26 DEC 2022

Prof. Dr. Svamsul Huda, S.E., M.T.

NIP. 195908281990031001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mellania Ariya Nitta
NPM : 18012010030
Fakultas / Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi / Tugas Akhir : “PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI KEAMANAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)”

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 29 Desember 2022

Yang menyatakan




(Mellania Ariya Nitta)

NPM. 18012010030

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI KEAMANAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)”** dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, serta bantuan selama proses penulisan skripsi.

5. Kepada seluruh Dosen dan Staff program studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
6. Kepada seluruh keluarga terutama kedua orang tua penulis yaitu Bapak Joko Pitoyo dan Ibu Siti Munafi'ah serta kakak yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, doa, restu, dan dukungan tak terbatas sehingga penulis termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.
7. Kepada teman-teman baik penulis terutama Firda, Farida, Bima, Eggy, Rizal, dan Oudre yang telah banyak membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Kepada EXO dan NCT Dream yang melalui lagu-lagunya mampu menginspirasi dan memberikan semangat kepada penulis untuk dapat segera menyelesaikan skripsi.
9. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
10. Terakhir, penulis ingin menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada diri sendiri yang menolak untuk berhenti dan terus berjuang dengan berupaya sekuat tenaga, usaha, otak, dan semangat agar skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik pada segi materi maupun teknis kepenulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar dapat menjadi bahan evaluasi bagi penulis di masa yang akan datang.

Dengan ini penulis berharap bahwa melalui skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 19 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	I
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR GAMBAR.....	VI
DAFTAR TABEL	VII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	12
1.3 TUJUAN PENELITIAN	13
1.4 MANFAAT PENELITIAN	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU.....	15
2.2 TINJAUAN TEORI	17
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	17
2.2.2 Keamanan	21
2.2.3 Persepsi Risiko.....	23
2.2.4 Kepercayaan.....	26
2.2.5 Minat Beli	29
2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	31
2.3.1 Pengaruh Keamanan terhadap Kepercayaan.....	31
2.3.2 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan.....	32
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli	33
2.3.4 Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli	34
2.3.5 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Beli.....	35
2.3.6 Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Mediasi.....	36
2.3.7 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Mediasi.....	37
2.4 KERANGKA KONSEPTUAL.....	38
2.5 HIPOTESIS PENELITIAN	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	40
3.1.1 Definisi Operasional	40
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	42
3.2 TEKNIK PENENTUAN SAMPEL	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel	43

3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	44
3.3.1 Jenis Data.....	44
3.3.2 Sumber Data	45
3.3.3 Pengumpulan Data.....	45
3.4 TEKNIK ANALISIS DAN UJI HIPOTESIS	46
3.5 CARA KERJA PLS	48
3.6 LANGKAH-LANGKAH PLS	48
3.7 ASUMSI PLS	56
3.8 UKURAN SAMPEL	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	58
4.2 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	60
4.2.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2.2 Deskripsi Data Variabel.....	64
4.3 HASIL ANALISIS DATA	72
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	72
4.4 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	80
4.4.1 Pengaruh Keamanan terhadap Kepercayaan.....	80
4.4.2 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan.....	81
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli	82
4.4.4 Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli	83
4.4.5 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Beli.....	84
4.4.6 Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Mediasi.....	85
4.4.7 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Mediasi.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 KESIMPULAN	89
5.2 SARAN.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Negara dengan Pengguna <i>E-Commerce</i> Tertinggi di Dunia.....	3
Gambar 1. 2 <i>Top Brand Index</i> Situs Jual Beli Online.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3. 1 Diagram Jalur Penelitian	50
Gambar 4. 1 Logo Lazada.....	59
Gambar 4. 2 <i>Outer Model</i>	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengunjung Bulanan Web <i>E-commerce</i> Lazada di Indonesia	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden terhadap Keamanan (X_1)	64
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden terhadap Persepsi Risiko (X_2) ...	65
Tabel 4. 7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden terhadap Kepercayaan (M)	67
Tabel 4. 8 Frekuensi Hasil Jawaban Responden terhadap Minat Beli (Y)	70
Tabel 4. 9 <i>Outer Loading</i> antara Indikator dengan Variabel	73
Tabel 4. 10 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	74
Tabel 4. 11 Validitas Diskriminan	75
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 13 Uji Ketepatan Model.....	76
Tabel 4. 14 Pengujian Langsung.....	78
Tabel 4. 15 Pengujian Tidak Langsung	79

PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI KEAMANAN DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)

Oleh:

MELLANIA ARIYA NITTA
18012010030/FEB/EM

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, kemudahan yang ditawarkan dalam kegiatan transaksi dengan bantuan internet perlahan mengubah kegiatan transaksi konvensional menjadi transaksi *online*. Fenomena ini menjadi cikal bakal perkembangan kegiatan bisnis *e-commerce*. Salah satu situs *e-commerce* cukup ternama di Indonesia adalah Lazada. Munculnya ancaman terhadap keamanan data pribadi konsumen serta kualitas produk, menimbulkan rasa tidak percaya pada konsumen untuk melakukan kegiatan transaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kepercayaan dalam memediasi keamanan dan persepsi resiko terhadap minat beli konsumen Lazada di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 90 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling dimana kriteria yang dikehendaki adalah 1. Konsumen berdomisili di Kota Surabaya; 2. Usia antara 17-35 tahun; 3. Mengetahui tentang *e-commerce* Lazada. Data diperoleh dari jawaban responden pada kuesioner yang disebarakan secara *online* melalui *Google Form* dan kemudian diolah menggunakan alat analisis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 7 hipotesis yang ada, hanya 3 hipotesis yang memiliki pengaruh yaitu keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan, keamanan berpengaruh terhadap minat beli, dan persepsi resiko berpengaruh terhadap minat beli. Sedangkan 4 hipotesis lainnya tidak memiliki pengaruh yaitu persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap kepercayaan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli, kepercayaan tidak memediasi

hubungan antara keamanan terhadap minat beli, dan kepercayaan tidak memediasi hubungan antara persepsi risiko terhadap minat beli.

Kata Kunci: Keamanan; Kepercayaan; Minat Beli; Persepsi Risiko