

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI *E-COMMERCE*
LAZADA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

INDAH IRAWAN
18012010048/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
PEMBANGUNANNASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI *E-COMMERCE*
LAZADA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Manajemen



Diajukan Oleh :

INDAH IRAWAN

18012010048/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NSIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI E-COMMERCE
LAZADA DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**INDAH IRAWAN
18012010048/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 : 14 Juli 2023**

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

**Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
NIP. 196508141991032001**

Pembimbing Utama

**Drs. Ec. Hery Pudjoprastoyo, M.M
NIP. 196203181988031002**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

31 JUL 2023

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
NIP. 196304201991032001**

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : INDAH IRAWAN
NIM : 18012010048
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli *E-Commerce* 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 di setujui 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, 21 Juli 2023

Yang Menyatakan


(INDAH IRAWAN)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli *E-Commerce* Lazada di Surabaya”**. Dalam menyusun penelitain ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami. Namun berkat Bimbngan, dukungan, semangat dan doa dari berbagai pihak sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Untuk itu, pada kesempatan inipenulis ingin mengucapkan teriakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “ Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku Kordinator Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Bapak Drs.Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M selaku dosen pembimbing yang membantu dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan penelitian ini.
5. Bapak Drs. Ec. Rahman Amrullah Suwaidi, M.S selaku dosen wali.
6. Para Dosen pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

7. Orang tua dan Keluarga yang dengan penuh kesabaran dan kasih sayang selalu memberikan semangat dan motivasi serta doa kepada penulis dalam proses pemuatan Penelitian ini.
8. Teman-teman terdekat saya Sintya Maharani, Ghina Aryanti, Merchelly Bonita Sari, Almira Zakkiya A, Diah Ayu A, yang selalu memberi bantuan, motivasi, dan semangat serta kesetiiaannya dalam mendampingi penulis dalam pembuatan skripsi ini.
9. Satria Nur Cahyo T yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada saya untuk bisa mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
10. Seluruh keluarga Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah mendukung dan memberikan arahan dan proses pembuatan Penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penulisan skripsi ini masih membutuhkan banyak perbaikan dan koreksi untuk disempurnakan. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan guna memperbaiki kekurangan yang ada.

Surabaya, 10 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
ABSTRAKSI	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.2.3 Kepercayaan.....	11
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.5 Minat Beli	15
2.3 Hubungan antar Variabel.....	16
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	16
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	17
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis.....	19
BAB III	20
METODE PENELITIAN	20
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	20
3.3.1 Definisi Operasional.....	20
3.3.2 Pengukuran Sample.....	23
3.2 Teknik Pengumpulan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi.....	24

3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Teknik Pengumpulan data	25
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	25
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	26
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	27
3.5.1	Teknik Analisis	27
3.5.2	Cara Kerja PLS	28
3.5.3	Model Spesifikasi PLS	29
3.5.4	Langkah-Langkah PLS.....	29
3.5.5	Asumsi PLS.....	37
3.1.1	Ukuran Sample.....	37
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Gambaran Umum E-Commerce Lazada	38
4.1.2	Gambaran Umum Responden	39
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	40
4.2.2	Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Kepercayaan.....	40
4.3	Analisa dan Pengujian Hipotesis.....	47
4.3.1	Analisis Deskriptif	47
4.3.2	<i>Uji Partial Least Square</i>	47
4.3.3	<i>Analisa Inner Model</i>	55
4.3.4	Uji Hipotesis	57
4.3	Pembahasan.....	59
4.3.1	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	59
4.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli	60
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Grafik Perusahaan E-Commerce dengan aduan Konsumen	3
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Skala Ordinal Pengukuran variabel.....	24
Gambar 3.2 Langkah - langkah PLS	30
Gambar 3.3 Contoh Diagram Jalur PLS	31
Gambar 4.1 Outer Model	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Situs Jual Beli Online 2018-2022	2
Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden Berdasarkan Skala Likert	27
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2 Usia Responden.....	39
Tabel 4.3 Pengetahuan Responden	39
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pernyataan Variable Kepercayaan.....	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pernyataan Variable Kualitas Pelayanan	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pernyataan Variable Minat Beli	45
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif	47
Tabel 4.8 Hasil Outer Model.....	49
Tabel 4.9 Hasil Cross Loading.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Ketepatan Model	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	58

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI *E-COMMERCE* LAZADA DI SURABAYA

Oleh :

INDAH IRAWAN
18012010048/FEB/EM

ABSTRAKSI

Pesatnya Perkembangan teknologi internet dan bisnis melalui media internet, mengakibatkan masyarakat dengan mudah melakukan kegiatan salah satunya dalam hal berbelanja yang sering dikenal dengan *electronic commerce* atau *e-commerce*. Terlebih dengan adanya pandemi covid-19 dan menyebabkan pembatasan pergerakan masyarakat menjadikan masyarakat untuk lebih memilih berbelanja online pada *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Lazada Indonesia. Lazada grup adalah perusahaan yang menaungi Lazada Indonesia, didirikan pada tahun 2012 oleh Rocket Internet dan Piere Poignant serta Alibaba Grup. Kualitas pelayanan yang diberikan Lazada dapat menarik perhatian konsumen dikarenakan Lazada mengusung strategi Business to Customer (B2C). Berdasarkan data top brand tahun 2018-2022 Lazada berada di posisi top tetapi persentase market share mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan. Adanya keluhan yang sering diajukan pelanggan kepada Lazada, dikarenakan keinginan atau ekspektasi pelanggan belum terpenuhi atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Hal ini mengakibatkan tujuan suatu perusahaan belum tercapai secara maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada situs *e-commerce* lazada di Surabaya. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden yang merupakan konsumen lazada di Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM dan pengolahan data menggunakan program software smartPLS 3.0.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai p-value $0,016 < 0,05$ dan t-statistic $2,45 > 1,96$. Sedangkan pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai p-value $0,00 > 0,05$ dan t-statistic $5,075 > 1,96$. Berdasarkan uji hipotesis variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Lazada di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan maka minat beli konsumen akan semakin meningkat.

Kata kunci : *Kepercayaan konsumen; Kualitas Pelayanan; Minat Beli.*