

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI LAZADA
(Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

FERDY IRWANSYAH

19012010169/FEB/EM

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

2023

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI LAZADA
(Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

FERDY IRWANSYAH

19012010169/FEB/EM

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

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI LAZADA
(Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)**

Disusun Oleh:

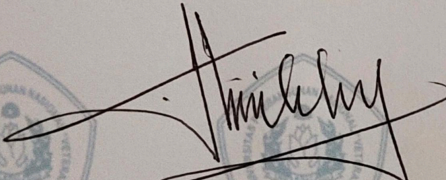
FERDY IRWANSYAH
19012010169/FEB/EM

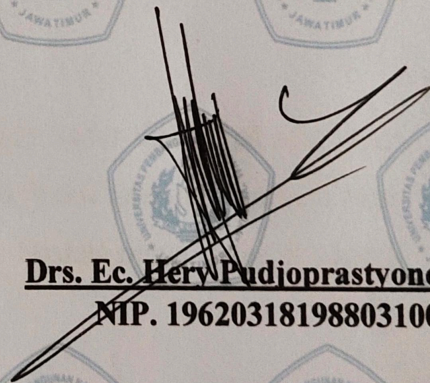
Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 15 September 2023

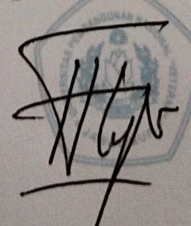
Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si
NIP. 196901132021212003


Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M
NIP. 196203181988031002

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


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

21 SEP 2023

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Ferdy Irwansyah
NPM : 19012010169
NIK : 3515142311030002
Tempat/Tanggal Lahir : Nganjuk, 12 November 2000
Alamat : Kloposepuluh Rt 03 Rw 01 Kec Sukodono Kab
Sidoarjo
Judul Artikel : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan
Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di
Lazada (Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 14 September 2023
yang menyatakan,



Ferdy Irwansyah

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* di Lazada (Studi Pada Konsumen Lazada di Surabaya)”**.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penelitian dan penulisan proposal ini terdapat beberapa hambatan yang peneliti alami. Akan tetapi, berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, pada akhirnya proposal ini dapat terselesaikan dengan baik. Adapun peneliti sampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Nurjanti Takarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Drs. Ec. Hery Pudjo P. MM selaku dosen pembimbing peneliti. Terima kasih atas segala bimbingan, motivasi, nasehat dan segala kontribusi selama peneliti Menyusun proposal ini
5. Orang tua dan segenap keluarga besar yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan baik secara moral, materil, maupun doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan penelitian dengan baik.
6. Seluruh teman peneliti yang telah membantu meluangkan waktu untuk menemani peneliti dalam pengerjaan proposal.
7. Ghofur, ramizad, rezi, chabibi, dan enrich, febbbyana, tegar, rija, zeni, yusela, almas dan Erlina yang telah memberikan dukungan moril kepada penliti
8. Semua pihak yang turut membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Sidoarjo, 17 Februari 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	16
2.2.2 <i>E-commerce</i>	17
2.2.3 Kepercayaan	21
2.2.4 Kemudahan	24
2.2.5 Keputusan Pembelian	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4 Kerangka Konspetual	31
2.5 Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33

3.1 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1 Variabel Independen	33
3.1.2 Variabel Dependen.....	35
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	36
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Jenis Data	38
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.4.1 Teknik Analalisis	41
3.4.2 Cara Kerja PLS	42
3.4.3 Langkah-Langkah PLS	40
3.4.4 Asumsi PLS.....	49
3.4.5 Ukuran Sampel.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1 Gambaran umum.....	52
4.2 Karakteristik Responden	55
4.2.1 Analisis Karakteristik.....	55
4.2.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	55
4.2.3 Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan.....	56
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	57
4.3 Analisis Data	58
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	60

4.3.2 Interpretasi Hasil Pls	69
4.4 Pembahasan.....	69
4.4.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada	69
4.4.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 User Internet in the world.....	1
Gambar 1.2 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Pertumbuhan <i>E-commerce</i> di Asia Tenggara.....	3
Gambar 1.4 Grafik Top Brand Index Situs Jual Beli <i>Online</i>	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3.1 Diagram Jalur PLS	43
Gambar 4.1 Outer Model dengan factor loading, path coefficient dan r-square...	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa Ulasan Pengguna Terkait Penipuan	7
Tabel 1.2 Beberapa Uasan Pengguna Terkait Kesulitan dalam menggunakan Aplikasi	8
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	37
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	53
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	54
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan.....	55
Tabel 4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.6 Outlier Data.....	58
Tabel 4.7 <i>Outer Loading</i>	59
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4.9 <i>AVE</i>	62
Tabel 4.10 <i>Composite Reability</i>	62
Tabel 4.11 Latent Variable Corelations	63
Tabel 4.12 R-Square.....	65
Tabel 4.14 Path Coefficients	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuisisioner	78
Rekapitulasi Hasil Kuisisioner	83
Hasil Olah Data	84

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI LAZADA
(STUDI PADA KONSUMEN LAZADA DI SURABAYA)**

Oleh :

FERDY IRWANSYAH

19012010169

ABSTRAKSI

Meningkatnya penggunaan internet dan didukung dengan adanya covid-19 telah membentuk fenomena baru dalam perilaku konsumen, salah satunya adalah konsumen sudah terbiasa menggunakan aplikasi atau website untuk berbelanja secara digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online pada konsumen Lazada di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 72 responden. Populasi minat dalam penelitian ini terdiri dari konsumen Lazada di Surabaya. Sampel dipilih dengan menggunakan metode non-probability sampling, yaitu purposive sampling, melalui penyebaran kuesioner. Sampelnya terdiri dari responden yang sebelumnya pernah menggunakan Lazada sebagai platform belanja online. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis pendekatan komponen dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) sebagai alat analisisnya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa: Kepercayaan dan kemudahan penggunaan keduanya signifikan di kalangan konsumen Lazada di Surabaya.

Kata Kunci: Kepercayaan; Kemudahan Penggunaan; Keputusan Pembelian