



**ANALISIS PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
DI LAZADA (STUDI KASUS PADA LINGKUNGAN
MAHASISWA UPN VETERAN JAKARTA)**

SKRIPSI

CHRISTIONO HARTAWAN 1610111035

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



**ANALISIS PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
DI LAZADA (STUDI KASUS PADA LINGKUNGAN
MAHASISWA UPN VETERAN JAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mmperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

CHRISTIONO HARTAWAN 1610111035

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Christiono Hartawan

NIM : 1610111035

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta 24 Juli 2020

Yang menyatakan,



Christiono Hartawan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Christiono Hartawan
NIM : 1610111035
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu dan pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalti Fee Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Online di Lazada (Studi Kasus Pada Lingkungan Mahasiswa UPN Veteran Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 24 Juli 2020

Yang menyatakan,



Christiono Hartawan

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI
LAZADA (STUDI KASUS PADA LINGKUNGAN MAHASISWA UPN
VETERAN JAKARTA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

CHRISTIONO HARTAWAN 1610111035

**Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal: 09 Juli 2020 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.**



Suharvati, SE., MM
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM
Penguji I



Diana Triwardhani, SE., MM
Penguji II



Dr. Desmintari, SE., MM
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, SE., MM
Ketua Program Studi Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Juli 2020

*Analysis of the Effect of Online Purchasing Decisions on Lazada on UPN
Veteran Jakarta Students*

By

Christiono Hartawan

Abstract

This research uses quantitative descriptive method which is carried out on online purchasing decisions at Lazada. Lazada is one of the largest market places in Indonesia which was founded in 2012 and launched in Indonesia in 2014. The purpose of this study is to find out and prove whether purchasing decisions at Lazada are influenced by trust, service quality, and price. The population in this study were active students of UPN Veteran Jakarta who had shopped at Lazada. Samples taken as many as 75 respondents with purposive sampling method. By distributing questionnaires to students who have shopped at Lazada. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analytical tool used is PLS (Partial Least Square). The results showed that the trust variable had no effect and was not significant to the purchase decision with a path coefficient of 0.156. While the quality of service has an influence and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.485. price and significant influence on purchasing decisions with a path coefficient of 0.320. Adjusted R-Square purchase decision is 0.763 which means the contribution of trust, service quality, and price to the purchase decision is 0.763 and the remaining 0.237 is influenced by other variables.

Keywords: Trust, Service Quality, Price, Purchase Decision

**Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Online di Lazada pada Mahasiswa
UPN Veteran Jakarta**

**Oleh
Christiono Hartawan**

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada keputusan pembelian online di Lazada. Lazada merupakan salah satu *market place* terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 2012 dan diluncurkan di Indonesia pada tahun 2014. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah keputusan pembelian di Lazada ini dipengaruhi oleh kepercayaan, kualitas layanan, dan harga. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta yang pernah berbelanja di Lazada. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan metode *purposive sampling*. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang pernah berbelanja di Lazada. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,156. Sedangkan kualitas layanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,485. harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,320. *Adjusted R-Square* keputusan pembelian adalah 0,763 yang artinya kontribusi kepercayaan, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,763 dan sisanya 0,237 dipengaruhi variabel lain

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020

Hari ini Kamis, tanggal 09 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Christiono Hartawan

NIM 1610111035

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Online di Lazada (Studi Kasus Pada Lingkungan Mahasiswa UPN Veteran Jakarta)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, SE, MM	Ketua	1. 
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2. 
3	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota II **)	3. 

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

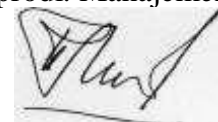
***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 24 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kaprodi. Manajemen S.1



Wahyudi.,SE.,MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT krena atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Online di Lazada (Studi Kasus Pada Lingkungan Mahasiswa UPN Veteran Jakarta)”**. Dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terimakasih juga peneliti sampaikan kepada Ibu Diana Triwardhani S.E., M.M., dan Bapak Drs. Pandapotan Simarmata, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, serta masukan yang bermanfaat untuk skripsi saya, serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang tua yang sangat penulis cintai Bapak Mulyono dan Ibu Dwi Purwanti, kakak-kakak penulis, Verry Kartiningsih dan Diyah Puspitasari yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada teman teman tersayang Pemburu Hantu, sahabat GERAH, Skripsi Pemasaran Grup, dan teman teman Majelis Himmatussholihin, serta teman teman Manajemen angkatan 2016 yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama penulisan skripsi ini berlangsung. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pada bidangnya dimasa yang akan datang.

Jakarta, 17 Juni 2020

Christiono Hartawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Tinjauan Pustaka	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 Pengertian E-Marketing.....	10
II.1.3 Keputusan Pembelian	10
II.1.3.1 Struktur Keputusan Pembelian.....	11
II.1.3.2 Faktor-faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian	12
II.1.3.3 Peran Dalam Pembelian.....	12
II.1.3.4 Proses Keputusan Pembelian	13
II.1.4 Kepercayaan.....	15

II.1.4.1 Jenis Kepercayaan	16
II.1.4.2 Indikator Kepercayaan.....	17
II.1.5 Kualitas Layanan	17
II.1.5.1 Dimensi Kualitas Jasa	18
II.1.5.2 Karakteristik Jasa.....	19
II.1.5.3. Indikator Kualitas Layanan	20
II.1.6 Harga.....	21
II.1.6.1 Strategi Penetapan Harga	22
II.1.6.2 Tujuan Penetapan Harga	22
II.1.6.3 Dimensi Strategik Harga	23
II.1.7 Kepercayaan dan Keputusan Pembelian.....	24
II.1.8 Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian.....	25
II.1.9 Harga dan Keputusan Pembelian	25
II.2 Model Penelitian Empirik	26
II.3 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
III.1.1 Definisi Operasional.....	28
III.1.2 Indikator Masing-masing Variabel	29
III.1.3 Pengukuran Variabel	29
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel	29
III.2.1 Populasi	29
III.2.2 Sampel	30
III.3 Teknik Pengumpulan Data	31
III.3.1 Jenis Data.....	31
III.3.2 Sumber Data.....	31
III.3.3 Pengumpulan Data	32
III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	34
III.4.1 Teknik Analisis Data.....	34
III.4.1.1 Analisa Deskriptif	34
III.4.1.2 Analisis Inferensial.....	36

III.4.2 Uji Hipotesis	40
III.4.2.1 Uji Statistik t	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
IV.1.1 Profil Lazada.....	42
IV.1.2 Gambaran Mahasiswa UPN Veteran Jakarta.....	44
IV.2 Deskripsi Data Responden	45
IV.3 Teknik Analisis Data.....	47
IV.3.1 Teknik Analisa Deskriptif	47
IV.3.2 Analisis Inferensial	52
IV.3.3 Uji Hipotesis	62
IV.4 Pembahasan	64
IV.4.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta.....	65
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta.....	65
IV.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
V.1 Simpulan.....	67
V.2 Keterbatasan Penelitian	68
V.3 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan harga di beberapa Market Place	6
Tabel 2. Pengukuran Variabel	29
Tabel 3. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen	33
Tabel 5. Peringkat Jawaban Responden	34
Tabel 6. Interpretasi Nilai Presentase Responden	35
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	45
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Fakultas	46
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Angkatan	47
Tabel 10. Hasil Tanggapan Respdn Terhadap Keputusan Pembelian	48
Tabel 11. Hasil Tanggapan Respdn Terhadap Kepercayaan	49
Tabel 12. Hasil Tanggapan Respdn Terhadap Kualitas Layanan	50
Tabel 13. Hasil Tanggapan Respdn Terhadap Harga	51
Tabel 14. Over Loading Factor	57
Tabel 15. Fornell – Lacker Criterium	58
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE)	59
Tabel 17. Composite Reliability (CR)	60
Tabel 18. Cronbach Alpha	61
Tabel 19. R - <i>Square</i>	61
Tabel 20. Uji Statistik t	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penetrasi Pengguna Internet	1
Gambar 2. Penetrasi Pengguna Internet berdasarkan tingkat Pendidikan.....	2
Gambar 3. Pengunjung E-commerce Tahun 2018 Triwulan 1	4
Gambar 4. Proses Keputusan Pembelian	13
Gambar 5. Model Penelitian Empirik	26
Gambar 6. Langkah-langkah Partial Least Square	37
Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur	38
Gambar 8. Rancangan Inner Model.....	52
Gambar 9. Outer Model Keputusan Pembelian.....	53
Gambar 10. Outer Model Kepercayaan	53
Gambar 11. Outer Model Kualitas Layanan	54
Gambar 12. Outer Model Harga	54
Gambar 13. Outer Model	55
Gambar 14. Inner Model.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner
- Lampiran 4. Data Kuesioner Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Inferensial
- Lampiran 8. T Table dan R Table
- Lampiran 9. Hasil Turnitin