

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN BERBELANJA,  
PENILAIAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**SKRIPSI**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Penyusunan Skripsi

Pada Program Studi S1 Manajemen



**OLEH :**

**ANINDIA LARASSATI**

**17610007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2021**



**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN BERBELANJA, PENILAIAN  
KONSUMEN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA  
ONLINE LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana**

**ANINDIA LARASSATI  
NPM. 17610007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2021**



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO



## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 1995/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : ANINDIA LARASSATI  
NPM : 17610007  
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN BERBELANJA,  
PENILAIAN KONSUMEN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 05 Mei 2021  
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.  
NIDN. 0224018703

alamat

Kl. Hajar Dewantara No. 116  
Kec. Metro Timur Kota  
Kab. Lampung, Indonesia

Website: [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
Email: [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

## ABSTRAK

Anindia Larassati. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. (2) Nani Septiana, S.E., M.M.

Kata Kunci : Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi 225 mahasiswa pengguna aplikasi lazada hanya 145 sampel yang digunakan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Data yang digunakan adalah data sekunder pembagian kuesioner berupa daftar pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden. Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji analisis regresi linier berganda dan di uji menggunakan program *statistica packages for the social science (SPSS)* versi 20.

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

Anindia Larassati. 2021. The Influence of Trust, Shopping Experience, Consumer Assessment, and Ease of Use of Lazada Online Shopping Applications on Purchasing Decisions of Students of the 2017 Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Essay. Management Study Program, Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah Metro University. Advisors (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. (2) Nani Septiana, S.E., M.M.

Keywords: Trust, Shopping Experience, Consumer Assessment, and Ease of Use, Purchase Decision.

This study aims to analyze the effect of trust, shopping experience, consumer assessment, and the ease of use of the Lazada online shopping application on purchasing decisions. This type of research is a quantitative study with a population of 225 students using the Lazada application, only 145 samples were used according to predetermined criteria. The data used is secondary data distribution of questionnaires in the form of a list of questions with several alternative answers for respondents. The statistical test used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis and is tested using the statistical packages for the social science (SPSS) program version 20.

Based on the results of statistical tests, it shows that Trust, Shopping Experience, Consumer Assessment, and Ease of Use of the Lazada Online Shopping Application have a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

**HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN BERBELANJA, PENILAIAN  
KONSUMEN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA  
ONLINE LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

NAMA : ANINDIA LARASSATI

NPM : 17610007

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 16 April 2021

Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi

Tim Penguji :

**Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M.**



**Ketua Penguji**

**NIDN. 0223027901**

**Nani Septiana, S.E., M.M.**



**Sekretaris**

**NIDN. 0220098901**

**H. Suwanto, S.E., M.M.**



**Penguji Utama**

**NIDN. 0210036801**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**H. Suwanto, S.E., M.M.**

**NIDN. 0210036801**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN BERBELANJA,  
PENILAIAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

NAMA : ANINDIA LARASSATI

NPM : 17610007

Telah Disetujui Oleh :


Pembimbing I



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.**

**NIDN. 0223027901**

Pembimbing II



**Nani Septiana, S.E., M.M.**

**NIDN. 0220098901**

Ketua Prodi Manajemen



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.**

**NIDN. 0223027901**



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Anindia Larassati

Npm : 17610007

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi: Manajemen

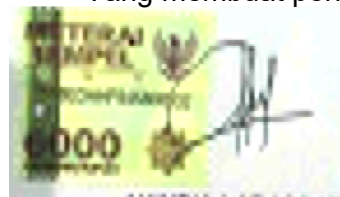
Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN BERBELANJA, PENILAIAN KONSUMEN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA ONLINE LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”** benar hasil karya saya bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur berupa plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, April 2021

Yang membuat pernyataan



**ANINDIA LARASSATI**

**NPM. 17610007**

## **MOTTO**

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

**(Al-Baqarah:153)**

“Bekerja keras dan bersikap baiklah. Hal luar biasa akan terjadi”

**(Conan O'Brien)**

“Tiada awan di langit yang tetap selamanya. Tiada mungkin akan terus-menerus terang cuaca. Sehabis malam gelap gulita lahir pagi membawa keindahan. Kehidupan manusia serupa alam”

**(R.A. Kartini)**

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupersembahkan kepada Allah SWT. Atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu member semangat dan doa sehingga skripsi saya ini dapat selesai dengan baik. Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Kedua Orang tua saya yang tercinta yaitu Ayah Maryanto dan Ibu Neri Istikhomah. Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat dan juga air mata bagi saya. Terima kasih banyak untuk doa yang senantiasa keduanya berikan di setiap sujud. Terima kasih untuk kasih sayang, dukungan dalam bentuk materi maupun moril.
2. Untuk adikku Delfita Nepriana, yang selalu memberikan semangat dan dorongan yang diberikan. Tiada waktu yang paling berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu denganmu, walaupun saat dekat kita sering bertengkar, tapi saat jauh kita saling merindukan.
3. Seluruh keluarga besar Mbah Gimam dan Mbah Mus yang selalu mendoakanku dan memberikan dukungan dalam setiap langkahku.
4. Teman baikku Lulut Ismaya, Vika Tamara Setia Rini, Peni Arum Sari, Retna Dwi Pratiwi, dan Ade Irma Novita yang selalu memberikan semangat, dorongan yang luar biasa sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Kakak-kakakku Linda Fitriana, Selviana Fatmawati, Andre Prayoga yang telah memberikanku semangat, motivasi, dan doa-doa nya.
6. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. dan Nani Septiana, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang paling baik dan bijaksana. Terima kasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmunya yang selama ini dilimpahkan Pada saya dengan rasa tulus dan ikhlas.
7. Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Metro.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada Terhadap Keputusan Pembelian”*. Shalawat serta salam disampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga mendapat syafaatnya dihari akhir kelak.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Selaku pembimbing I yang telah memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Nani Septiana, S.E., M.M. Selaku pembimbing II yang telah memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2017 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Teman baikku Lulut Ismaya, Vika Tamara Setia Rini, Peni Arum Sari, Retna Dwi Pratiwi, dan Ade Irma Novita yang sampai saat ini masih selalu memberikan semangat dan dukungan.

9. Teman-teman Manajemen A angkatan 2017 dan semua pihak yang namanya tidak disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis

Anindia Larassati

NPM. 17610007

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN .....	ix
MOTTO .....	x
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b>	
A. Deskripsi Literatur .....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2. <i>E-commerce</i> – <i>C2C E-commerce</i> .....	9
a. Jenis-jenis <i>E-commerce</i> .....	10
3. Kepercayaan Konsumen .....	11
a. Pengertian Kepercayaan Konsumen .....	11
b. Dimensi Kepercayaan Konsumen .....	14
4. Pengalaman Berbelanja .....	15
a. Pengertian Pengalaman Berbelanja .....	15
b. Dimensi Pengalaman Berbelanja .....	16
5. Penilaian Konsumen.....	16

a. Pengertian Penilaian Konsumen.....	16
6. Kemudahan Penggunaan .....	17
a. Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	17
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan dalam menggunakan teknologi .....	18
c. Indikator Kemudahan .....	19
7. Keputusan Pembelian.....	20
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	20
b. Indikator Keputusan Pembelian.....	20
B. Hasil Penelitian Relevan .....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis Penelitian.....	26

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	28
B. Populasi dan Sampel .....	28
a. Populasi .....	28
b. Sampel .....	28
C. Definisi Konseptual Variabel.....	29
a. Definisi Operasional variabel .....	30
b. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data .....	32
1. Kuesioner atau Angket .....	32
E. Teknik Analisis Data.....	32
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	32
a. Uji Validitas .....	32
b. Uji Reabilitas .....	33
2. Pengujian Persyaratan Analisis .....	33
a. Uji Normalitas.....	33
b. Uji Linieritas.....	34
c. Uji Homogenitas .....	34
3. Pengujian Hipotesis.....	35
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
b. Uji Parsial (t).....	35
c. Uji Simultan (F).....	36
d. Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	37

e. Hipotesis Statistik .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran umum objek penelitian .....	40
B. Hasil Penelitian .....	47
1. Deskripsi Data Hasil Kuesioner .....	47
2. Pengujian Persyaratan Analisis Berganda .....	56
a. Analisis Validitas .....	56
b. Analisis Reliabilitas.....	56
c. Analisis Normalitas .....	57
d. Uji Linieritas.....	57
e. Uji Homogenitas .....	60
f. Analisis Regresi Berganda .....	60
g. Pengujian Hipotesis .....	62
1. Uji T (Parsial).....	62
2. Uji F Simultan .....	63
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
C. Hipotesis Statistik.....	64
D. Hasil Pembahasan.....	66
<b>BAB V KESIMPULAN</b>	
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner dan nama responden .....	77
2. Tabulasi Skor Jawaban Kuesioner .....	83
3. Data mentah skor total jawaban kuesioner .....	103
4. Penentuan tabel distribusi frekuensi .....	107
5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	122
6. Uji Normalitas .....	123
7. Hasil Uji Linieritas .....	125
8. Perhitungan Uji Homogenitas Varians.....	127
9. Perhitungan Model analisis .....	128
10. Uji T, Uji F, R2 .....	129
11. Tabel r .....	130
12. Tabel t.....	136
13. Tabel f.....	142

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Penelitian Relevan .....	23
2. Variabel Penelitian dan Indikator-Indikator Penelitian .....	31
3. Nilai dan Jawaban Kuisisioner .....	32
4. Interval Uji Coba Variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) .....	48
5. Interval Uji Coba Variabel Pengalaman Berbelanja ( $X_2$ ).....	49
6. Interval Uji Coba Variabel Penilaian Konsumen ( $X_3$ ).....	51
7. Interval Uji Coba Variabel Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ).....	53
8. Interval Uji Coba Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
9. Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	57
10. Hasil Uji Normalitas .....	57
11. Hasil Uji Coba Linieritas $X_1$ dan Y.....	58
12. Hasil Uji Coba Linieritas $X_2$ dan Y.....	58
13. Hasil Uji Coba Linieritas $X_3$ dan Y.....	59
14. Hasil Uji Coba Linieritas $X_4$ dan Y.....	59
15. Hasil Uji Homogenitas .....	60
16. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	61
17. Uji Simultan .....	63
18. Hasil Koefisien Determinasi.....	64
19. Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	65
20. Hasil Pengujian Pengaruh Pengalaman Berbelanja ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	65
21. Hasil Pengujian Pengaruh Penilaian Konsumen ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66
22. Hasil Pengujian Pengaruh Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia.....	2
2. E-commerce Dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia .....	3
3. Kerangka Pemikiran.....	26
4. Diagram Kepercayaan ( $X_1$ ).....	48
5. Diagram Pengalaman Berbelanja ( $X_2$ ).....	50
6. Diagram Penilaian Konsumen ( $X_3$ ).....	52
7. Diagram Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ) .....	54
8. Diagram Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	55