

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diberikan kepada Tuhan yang Maha Esa atas penyertaan-Nya selama ini, hanya karena kasih karunia yang diberikan oleh-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Tugas akhir dengan judul, "Pengaruh Kualitas *Website*, Harga, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online Shopping* Lazada di Tangerang Selatan" ini dilakukan untuk memenuhi syarat akademik yang telah ditetapkan agar memperoleh gelar sarjana ekonomi Strata Satu (S1) Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis sangat senang dan bersyukur serta bertrimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan tulis penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

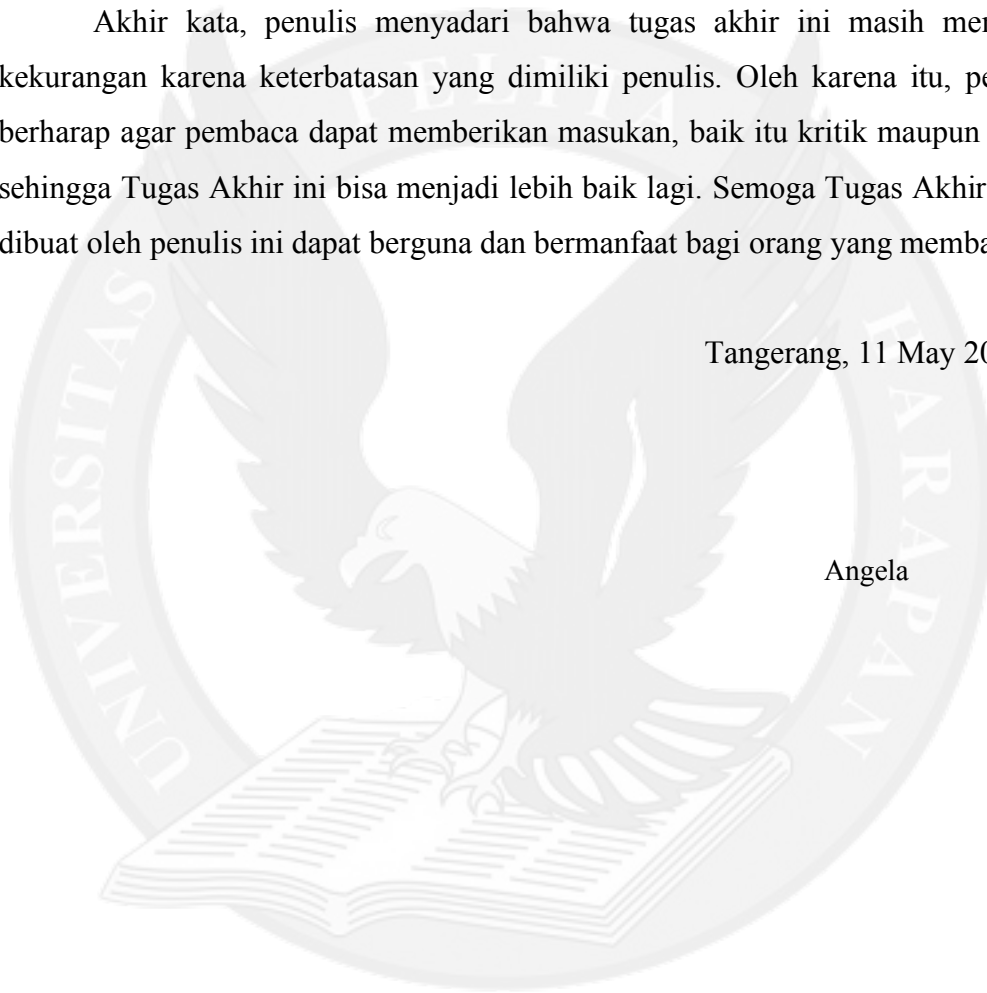
1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Danet Arya Patria, S. E., M.B.A., selaku Dosen pembimbing yang sangat baik, membimbing dan meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S. T., M.M., M.Si., selaku pembimbing akademik yang telah membimbing saya dengan baik selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
5. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
6. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
7. Anggota keluarga yang dimana memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

8. Ko Andhy dan Ko Andika Kusuma yang telah memberikan dukungan sepanjang penulis mengerjakan tugas akhir.
9. Kepada banyak sekali teman-teman seperjuangan Tugas Akhir, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
10. Seluruh pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis berharap agar pembaca dapat memberikan masukan, baik itu kritik maupun saran sehingga Tugas Akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi. Semoga Tugas Akhir yang dibuat oleh penulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi orang yang membaca.

Tangerang, 11 May 2021

Angela



## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....</b>                       | <b>ii</b>   |
| <b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>                            | <b>iii</b>  |
| <b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>                                 | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>  | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I.....</b>   | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>                                       | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>   | <b>13</b>   |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>   | <b>14</b>   |
| <b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>  | <b>14</b>   |
| <b>1.4.1 Manfaat Teoritis.....</b>  | <b>14</b>   |
| <b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>   | <b>15</b>   |
| <b>1.5 Sistematika Penulisan.....</b>   | <b>15</b>   |
| <b>BAB II.....</b>  | <b>17</b>   |
| <b>2.1 Landasan Teori.....</b>  | <b>17</b>   |
| <b>2.1.1 E-Commerce.....</b>  | <b>17</b>   |
| <b>2.1.2 Kualitas Website.....</b>  | <b>18</b>   |
| <b>2.1.3 Harga.....</b>   | <b>21</b>   |
| <b>2.1.4 Kepercayaan.....</b>   | <b>24</b>   |
| <b>2.1.5 Keamanan.....</b>  | <b>27</b>   |
| <b>2.1.6 Keputusan Pembelian.....</b>   | <b>29</b>   |
| <b>2.2 Konsep Konstruk/ Variabel.....</b>                                       | <b>32</b>   |
| <b>2.2.1 Hubungan Kualitas <i>Website</i> terhadap Keputusan Pembelian.....</b> | <b>32</b>   |
| <b>2.2.2 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....</b>                   | <b>33</b>   |
| <b>2.2.3 Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....</b>             | <b>33</b>   |

|                          |  |           |
|--------------------------|--|-----------|
| 2.2.4                    | Hubungan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian ..... | 34        |
| 2.3                      | Model Penelitian dan Hipotesis.....                  | 35        |
| <b>BAB III</b>           | .....  | <b>36</b> |
| 3.1                      | Objek Penelitian .....                               | 36        |
| 3.2                      | Unit Analisis .....                                  | 36        |
| 3.3                      | Tipe Penelitian.....                                 | 37        |
| 3.4                      | Operasi Varibel Penelitian.....                      | 38        |
| 3.5.                     | Populasi dan Sampel .....                            | 43        |
| 3.5.1                    | Populasi.....  | 43        |
| 3.5.2                    | Sampel .....   | 43        |
| 3.5.3                    | Metode Penarikan Sampel.....                         | 44        |
| 3.6                      | Metode Pengumpulan Data.....                         | 45        |
| 3.7                      | Pengujian Instrumen Penelitian .....                 | 46        |
| 3.7.1                    | Pengujian Validitas .....                            | 46        |
| 3.7.2                    | Pengujian Reliabilitas .....                         | 47        |
| 3.8                      | Metode Analisis Data .....                           | 48        |
| 3.9                      | Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....                | 48        |
| <b>BAB IV</b>            | .....  | <b>53</b> |
| 4.1                      | Hasil Penelitian.....                                | 53        |
| 4.1.1                    | Profil Responden .....                               | 53        |
| 4.1.2                    | Deskripsi Konstruk Penelitian.....                   | 57        |
| 4.1.3                    | Analisis Data Penelitian .....                       | 63        |
| 4.2                      | Pembahasan.....                                      | 69        |
| <b>BAB V</b>             | .....  | <b>72</b> |
| 5.1                      | Kesimpulan.....                                      | 72        |
| 5.2                      | Implikasi Manajerial.....                            | 73        |
| 5.3                      | Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya.....    | 74        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>    | .....  | <b>75</b> |
| <b>LAMPIRAN LAMPIRAN</b> | .....  | <b>80</b> |

## DAFTAR DIAGRAM

|  | Halaman |
|--|---------|
| Diagram 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....        | 53      |
| Diagram 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....                 | 54      |
| Diagram 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....            | 55      |
| Diagram 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan ..... | 56      |



## DAFTAR GAMBAR

|  | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1. Grafik Pengguna <i>E-commerce</i> Melalui Ponsel di Dunia 2020.. | 2       |
| Gambar 1.2. Transaksi <i>E-commerce</i> Terbesar di Asia Tenggara .....      | 2       |
| Gambar 1.3. Data Pengguna Internet Tahun 2020.....                           | 3       |
| Gambar 1.4. Jumlah Pengunjung <i>Market Place</i> di Indonesia 2018.....     | 5       |
| Gambar 1.5. Jumlah Pengunjung <i>Market Place</i> di Indonesia 2019.....     | 5       |
| Gambar 1.6. Jumlah Pengunjung <i>Market Place</i> di Indonesia 2020.....     | 6       |
| Gambar 1.7. Keluhan Terhadap <i>Platform Belanja Online</i> .....            | 7       |
| Gambar 1.8. Tampilan <i>Website</i> Lazada 2021.....                         | 7       |
| Gambar 1.9. Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....                          | 8       |
| Gambar 1.10. Hasil Wawancara <i>Website</i> Desain Lazada .....              | 9       |
| Gambar 1.11. Tampilan Harga <i>Fashion</i> Lazada .....                      | 10      |
| Gambar 1.12. Rating Lazada.....  | 10      |
| Gambar 1.13. Review Dari Konsumen <i>Website</i> Lazada.....                 | 11      |
| Gambar 1.14. Tampilan Sistem Keamanan Lazada.....                            | 12      |
| Gambar 1.15. Peretasan Sistem Keamanan Lazada.....                           | 12      |
| Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan.....                                | 28      |
| Gambar 2.2. Model Penelitian .....   | 33      |
| Gambar 3.1. Model Penelitian SmartPLS .....                                  | 48      |
| Gambar 4.1. Model Penelitian SmartPLS SEM .....                              | 62      |

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 3.1. Skala Likert .....  | 39      |
| Tabel 3.2. Definisi Konseptual dan Defisini Operasional.....                 | 39      |
| Tabel 3.3. <i>Average Variance Extracted (AVE) SmartPLS (Pre-test)</i> ..... | 48      |
| Tabel 3.4. <i>Loading Factor SmartPLS (Pre-Test)</i> .....                   | 49      |
| Tabel 3.5. <i>Fornell-Lacker criterion (FLc) SmartPLS (Pre-Test)</i> .....   | 50      |
| Tabel 3.6. Uji Reliabilitas .....  | 51      |
| Tabel 4.1. Profil Responden Pengguna <i>Online Shopping Lazada</i> .....     | 53      |
| Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Kualitas <i>Website</i> .....                | 57      |
| Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Harga .....                                  | 58      |
| Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Kepercayaan.....                             | 59      |
| Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Keamanan .....                               | 60      |
| Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....                    | 61      |
| Tabel 4.7. <i>Loading Factor Penelitian Aktual</i> .....                     | 63      |
| Tabel 4.8. <i>Average Variance Extracted (AVE) Penelitian Aktual</i> .....   | 63      |
| Tabel 4.9. <i>Fornell-Lacker Criterion (FLc) Penelitian Aktual</i> .....     | 64      |
| Tabel 4.10. Hasil Uji Fit Model .....  | 65      |
| Tabel 4.11. Uji Reliabilitas Penelitian Aktual.....                          | 65      |
| Tabel 4.12. Koefisien Determinasi ( $R^2$ Test) Penelitian Aktual .....      | 66      |
| Tabel 4.13. Hasil Uji Hipotesis Penelitian Aktual.....                       | 67      |