

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS  
PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAZADA.CO.ID**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Velya Delvyra

NIM : 43117010105

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakanplagiat (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 April 2023



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Velya Delvyra

43117010105

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Velya Delvyra

NIM 43117010105

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAZADA.CO.ID

Tanggal Sidang : 30 Maret 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04232300



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAZADA.CO.ID*” ini dapat terselesai dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Irwan Mangara Harap, SE, M.Si selaku dosen penguji skripsi saya yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini
5. Bapak Rizal S, S.T, M.M selaku dosen penguji skripsi saya yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik
6. Pihak-pihak lain yang tidak bias di sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan terutama bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan, Mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penelitian ini.

Jakarta, Maret 2023

Velya Delvyra

<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKAN KONSEPTUAL, DAN</b>	
<b>PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka .....	10
1. <i>E-Marketing</i> .....	10
2. Perilaku Konsumen.....	10
3. Kemudahan Penggunaan .....	11
4. Kualitas Produk .....	13
5. Persepsi Harga... ..	14
6. Keputusan Pembelian .....	16
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Pengembangan Hipotesis.....	18

<b>BAB III.....</b>	<b>26</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	26
1. Waktu Penelitian.....	26
B. Desain Penelitian.....	26
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	27
1. Definisi Variabel.....	27
2. Operasional Variabel.....	29
D. Skala Pengukuran.....	33
E. Populasi Dan Sampel.....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel.....	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Metode Analisis.....	36
H. Deskripsi Jawaban Kuesioner.....	36
<b>BAB IV.....</b>	<b>41</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum.....	41
B. Karakteristik Responden.....	41
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan.....	42
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	44
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	45
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
7. Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan.....	48
8. Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Kali Belanja.....	49
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	50
1. Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan.....	50
2. Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	51
3. Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	53

4. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	54
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	55
1. <i>Evaluasi Measurement (Outer Model)</i> .....	56
E. Hasil Pengujian Hipotesis ( Estimasi Koefisien Jalur ).....	65
F. Hasil dan Pembahasan.....	67
1. Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pembeli.....	68
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
<b>BAB V.....</b>	<b>69</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
1. KESIMPULAN .....	69
2. SARAN.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award</i> .....	5
Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Pra-Survey .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Kemudahan Penggunaan .....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasionalisasi Kualitas Produk .....	30
Tabel 3.3 Definisi Operasionalisasi Persepsi Harga.....	31
Tabel 3.4 Definisi Operasionalisasi Keputusan Pembelian .....	32
Tabel 3.5 Instrumen Skala Likert .....	33
Tabel 4.1 Apakah Pernah Menggunakan Lazada .....	42
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.3 Usia Responden .....	44
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	45
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden .....	46
Tabel 4.6 Penghasilan Responden .....	47
Tabel 4.7 Berapa Lama Menggunakan Lazada.....	48
Tabel 4.8 Belanja Kebutuhan di Lazada .....	49
Tabel 4.9 Deskriptif Kemudahan .....	50
Tabel 4.10 Deskriptif Kualitas Produk .....	51
Tabel 4.11 Deskriptif Persepsi Harga .....	53
Tabel 4.12 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	56
Tabel 4.14 Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> .....	62

<b>Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.17 Nilai R<sup>2</sup> Variabel Endogen.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>66</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Prediksi Angka Pengguna E-Commerce di Indonesia.....	<b>5</b>
<b>Gambar 1.2</b> 10 E-Commerce Pengunjung Terbanyak Kuartal II (2022) .....	<b>6</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual .....	<b>24</b>
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Algoritma PLS .....	<b>59</b>
<b>Gambar 4.2</b> Hasil Bootstrapping .....	<b>69</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Hasil Output SPSS.....	93
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	121
Lampiran 4 Hasil Output PLS.....	129

