

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP MINAT BELI *E-COMMERCE* ZALORA  
(Studi pada pengguna *website* Zalora di Jakarta Barat)**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Fani Fazarina  
Nim : 43117010378

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP MINAT BELI *E-COMMERCE* ZALORA  
(Studi pada pengguna *website* Zalora di Jakarta Barat)**

**SKRIPSI**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Fani Fazarina  
Nim : 43117010378**

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

**2021**

**i**

## SKRIPSI

### PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI E- COMMERCE ZALORA (Studi pada pengguna *website Zalora* di Jakarta Barat)


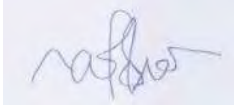
Oleh:

Nama : Fani Fazarina

Nim : 43117010378

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi Pada Tanggal:

10 Maret 2021

1. Yennida Parmariza, S.Sos., MM    Dosen Pembimbing (  )
2. Riska Rosdiana, SE., M.Si    Dosen Tugas Akhir (  )

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA  
Mengetahui,  
Ketua Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



Dr. Daru Asih, M.Si

# SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fani Fazarina

Nim 43117010378

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan yang sebenarnya.

Jakarta,  
UNIVERSITAS  
MERCU BUA  
Fani Fazarina  
43117010378



# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fani Fazarina  
NIM : 43117010378  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Pelanggan dan Nilai Pelanggan terhadap Minat Beli *E-commerce* Zalora (Studi Pada Pengguna Website Zalora)  
Tanggal Lulus Ujian : 11 Maret 2021

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Ketua Pembimbing



Yennida Parmariza, S.Sos, MM

Arief Bowo Prayoga Kasm, Ph.D.


Tanggal: 18 Maret 2021

Tanggal: 18 Maret 2021


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si, CA  
Tanggal:



Dr. Daru Asih, M.Si  
Tanggal:

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan pelanggan, dan nilai pelanggan terhadap minat beli *e-commerce* Zalora pada Universitas Mercu Buana Jakarta Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat dengan populasi seluruh mahasiswa yang sudah pernah melakukan transaksi pembelian di *website* Zalora. Teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pengolahan data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan jumlah 150 responden dan pengumpulan data dilakukan dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* Zalora.

Kata Kunci : Kemudaha Penggunaan, Kepercayaan Pelanggan, Nilai Pelanggan, Minat beli.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of ease of use, customer trust, and customer value on Zalora e-commerce buying interest at Mercu Buana University, West Jakarta. This research is a quantitative study conducted at Mercu Buana University, West Jakarta, with a population of all students who have made shopping transactions on the Zalora website.. Data analysis technique Structural Equation Modeling (SEM) with data processing using Partial Least Square (PLS) with a total of 150 respondents and data collection was done by purposive sampling. The results of this study indicate that ease of use has no positive and insignificant effect on purchase intention, customer trust has a positive and significant effect on purchase intention, and customer value has a positive and significant effect on purchase intention in Zalora e-commerce.*

*Keywords: Ease of Use, Customer Trust, Customer Value, Purchase Intention.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugerahnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang telah disusun oleh penulis adalah “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli (*E-Commerce Zalora*)”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta Barat.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik berupa saran serta doa. Khususnya Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing saya yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberi banyak ilmu pengetahuan dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr, Ngadino Surip Diposumarto, MS Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si Selaku Ketua Program Studi Manejemen S1 Universitas Mercu Buana.



4. Ibu Riska Rosdiana, SE., M.Si Selaku Dosen Tugas Akhir Saya Yang Telah Memberikan Banyak Ilmu Dan Saran.
5. Bapak Serta Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana Yang Telah Memberikan Banyak Pengalaman Dan Ilmu Yang Sangat Bermanfaat Bagi Penulis.
6. Orang Tua Serta Saudari Saya Tersayang Bapak Zulvan, Ibu Tercinta Lis Haryati, Atika Putri, Fazar Zulianty, Fahma Khatami Yang Telah Memberikan Banyak Doa, Kasih Sayang, Semangat Serta Perjuangan Sehingga Saya Dapat Menyelesaikan Skripsi Ini Dengan Baik.
7. Sahabat Tersayang Saya Yang Telah Memberikan Banyak Perjuangan Helsa Felianti, Barden Bella's.
8. Teman Saya Tercinta Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Yang Memberikan Semangat, Motivasi, Pengalaman Yang Sangat Berguna Bagi Penulis.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran dari pembaca agar penulis dapat memperbaiki skripsi penelitian ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 10 Maret 2021

Fani Fazarina

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>10</b>
A. Latar Belakang .....	10
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kontribusi Penelitian .....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
1 Kajian Pustaka .....	12
2. Teori Kemudahan Penggunaan.....	14
A. Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	16
A. Faktor Kepercayaan Pelanggan .....	18
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
C. Pengembangan Hipotesis .....	32
D. Rerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian .....	35

C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	36
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	41
E.	Populasi dan Sampel .....	41
F.	Metode Pengumpulan Data .....	42
1.	Data Kualitatif.....	43
2.	Data Kuantitatif.....	43
3.	Data Primer .....	43
4.	Data Sekunder .....	44
G.	Metode Analisi Data .....	44
<b>BAB IV.....</b>		<b>49</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
1.	Profil Perusahaan.....	49
2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	50
B.	Statistik Deskriptif .....	50
1.	Deskripsi Responden.....	51
a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi menggunakan website Zalora dalam 1 minggu.....	52
2.	Deskriptif Variabel.....	53
a.	Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan.....	53
b.	Hasil Deskriptif Jawaban Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	55
c.	Hasil Deskriptif Jawaban Variabel Nilai Pelanggan.....	56
d.	Hasil Deskriptif Jawaban Variabel Minat Beli.....	58
E.	Pembahasan.....	77
<b>BAB V .....</b>		<b>79</b>
A.	Kesimpulan .....	79
B.	Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Daftar 10 Besar E-Commerce di Indonesia.....	4
Table 1.2 Top Brand Index 2017-2019 Fase 2 .....	5
Table 1.3 Hasil Pra Survey .....	6
Table 2 .1 Penelitian Terdahulu.....	28
Table 3. 1 Operasional Variabel Kemudahan Penggunaan .....	37
Table 3. 2 Operasional Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	38
Table 3. 3 Operasional Variabel Nilai Pelanggan .....	39
Table 3. 4 Operasional Variabel Minat Beli.....	40
Table 3. 5 Skor Skala Likert.....	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	52
Tabel 4. 3 Furasi Menggunakan Website Zalora dalam 1 Minggu .....	52
Tabel 4. 4 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kemudahan penggunaan.....	54
Tabel 4. 5 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Pelanggan .....	55
Tabel 4. 6 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Nilai Pelanggan .....	57
Tabel 4. 7 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Algoritma PLS dengan Convergent Validity .....	61
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Algoritma PLS dengan Convergent Validity .....	64
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Algoritma PLS dengan Convergent Validity .....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Discriminant Validity ( Cross Loading).....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity ( Fornell Lacker Criterion).....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Average Variance Extracted ( AVE ).....	72
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliability Cronbach's Alpha .....	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai R-Square.....	74
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis Bootstrapping .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS .....	61
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	63
Gambar 4.3 Hasil Algoritma PLS .....	66
Gambar 4.4 Hasil Uji Bootstrapping.....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 5.1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 5.2 Hasil Output SPSS 26.....	94
Lampiran 5.3 Hasil Ouput PLS.....	100
Lampiran 5.4 Lembar Pengesahan Skripsi.....	112

