

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS JUAL BELI
LAZADA**

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



**Nama : Ega Taupik Hidayat
NIM : 43116010331**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ega Taupik Hidayat

NIM : 43116010331

Program Studi : Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta,¹⁰ Februari 2021



Ega Taupik Hidayat

Nim : 43116010331

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ega Taupik Hidayat
NIM : 43116010331
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Lazada.
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

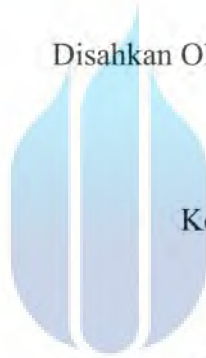
Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Yanto Ramli, MM

Tanggal : 22 Februari 2021



Dr. Zulfitri, MP., MM

Tanggal : 22 Februari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



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

Tanggal :



Dr. Daru Asih, SE., M.Si

Tanggal :

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli ulang pada pengguna aplikasi Lazada. Responden penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian pada situslazada secara berulang atau lebih dari 2 (dua) kali. Penelitian ini dilakukan terhadap

140 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan *convinance sampling* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, analisis yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS dan metode analisis data menggunakan *Variance Besed Structural Equation Modeling Partial Least Square* (PLS). hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap beli Beli ulang pada situs Lazada.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Minat Beli Ulang.



ABSTRACT

This study is to determine the effect of Product Quality, Service Quality, and Trust on Repurchase Interest in Lazada application users. Research respondents are consumers who make purchases on the Lazada site repeatedly or more than 2 (two) times. This research was conducted on 140 respondents. The sampling technique used convenience sampling using a quantitative approach, the analysis used was statistical analysis in the form of SEM-PLS and the data analysis method used Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that the product quality test, service quality and trust have a positive and significant effect on repurchasing on the Lazada site.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Trust and Repurchase Interest



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Judul yang penulis ajukan adalah **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS JUAL BELI LAZADA”**.

Peneliti menyadari bahwa pskripsi ini tidak lepas dari kekurangan karena keterbatasan akan kemampuan peneliti, Pemikiran, rekomendasi, maupun dorongan dari berbagai pihak yang dirasakan sangat membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip. Ms, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, SE., MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

4. Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga skripsi skripsi ini dapat tersusun.
5. Kedua orang tua terkasih, adik-adik saya serta saudara dan saudari peneliti atas doa dan motivasi yang diberikan, dorongan dan pengertian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan materil.
6. Lenggo Geni dan Ulfi Agusti Nabila yang telah memberikan motivasi dan do'anya supaya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Serta teman-teman seperjuangan yang telah memberikan arahan dan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.

Dengan segenap hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kriteria skripsi yang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki peneliti dalam membuat skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya, Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 24 Februari 2021

Ega Taupik Hidayat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. KAJIAN PUSTAKA.....	14
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2. Kualitas Produk	15
a. Defenisi Kualitas Produk.....	15
b. Dimensi dan Indikator.....	16
3. Kualitas Pelayanan.....	17
a. Definisi Kualitas Pelayanan.....	17
b. Definisi Kualitas Pelayanan Elektornik.....	17
c. dimensi dan Indikator	18
4. Kepercayaan	20
a. Difenisi Kepercayaan	20
b. Dimensi dan Indikator.....	20
5. Minat Beli Ulang	21

a. Dofenisi Minat Beli Ulang	21
b. Dimensi dan Indikator.....	22
B. HUBUNGAN ANTARA VARIABEL.....	23
1. Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang.....	23
2. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli Ulang.....	23
3. Hubungan Kepercayaan Produk dengan Minat Beli Ulang.....	24
C. PENEIITIAN TERDAHULU.....	25
D. KERANGKA KOSEPTUAL.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian.....	34
C. Defenisi dan Oprasi Variabel	35
1. Definisi Variabel	35
2. Oprasional Variabel	36
D. Skala Pengukuran Variabel.....	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
1. Populasi Penelitian.....	39
2. Sampel Penelitian.....	39
F. Metode Pengumpulan Data.....	41
G. Metode Analisi Data	42
1. IBM SPSS Statistic 22	42
2. Uji Instrumen	43
3. Analisis Partial	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Obejek Penelitian.....	49
B. Statistik Deskritif	50
1. Deskritif Responden.....	50
2. Deskritif Variabel Penelitian.....	56
C. Hasil Analisi Data PLS.....	59
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model)	60

2. Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model)	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	72
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	73
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. KESIMPILAN	75
B. SARAN	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Transaksi Ecommerce Indonesia 2014-2019.....	5
Tabel 1.2	Data Pengguna Situs Lazada.....	9
Tabel 1.3	Data Jumlah Transaksi Situs Lazada.....	10
Tabel 1.4	Data Pra Survei	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Oprasional Variabel	36
Tabel 3.2	Isntrumen Skala Likert.....	39
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.2	Umur Responden.....	51
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	52
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.5	Pengeluaran Perbulan Responden.....	54
Tabel 4.6	Mengakses Internet Perhari.....	55
Tabel 4.7	Responden Menggunakan Situs Lazada	55
Tabel 4.8	Respnden Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.9	Respnden Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.10	Respnden Variabel Kepercayaan	58
Tabel 4.11	Respnden Variabel Minat Beli Ulang.....	58
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Convergent Validity	61
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Convergent Validity (setelah modifikasi).....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Discriminat Validity (Cross Loading).....	65
Tabel 4.15	Hasil Uji Discriminat Validity (Fornell Larcker Critetion).....	66
Tabel 4.16	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 4.17	HasilPengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	68
Tabel 4.18	Hasil Uji Nilai R-Square (R ²)	69
Tabel 4.19	HasilPengujian Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Data Pengguna Internet di Indonesia pada tahun 1998-2018.....	2
Gambar 1.2	E-Commerce dengan pengunjung terbesar kuartal III 2019.....	7
Gambar 2.1	Model Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1	Hasil Uji Instrument Algoritma PLS.....	61
Gambar 4.1	Hasil Uji Instrument Algoritma PLS (Modifikasi).....	63
Gambar 4.1	Hasil Uji Boostapping.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	82
Lampiran 2	Hasil Outpu SPSS 23	87
Lampiran 2	Hasil Outpu PLS	91

