

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS  
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SECARA ONLINE DI SITUS LAZADA.CO.ID**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI  
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
MANAJEMEN**



**OLEH :**

**KESABARAN TELAUMBANUA  
NPM : S1- 0219230**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA  
BOGOR  
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

JUDUL : PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ONLINE DI SITUS LAZADA.CO.ID

OLEH : KESABARAN TELAUMBANUA

NPM : S1- 0219230

Disetujui  
Pembimbing

**(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)**

**Dosen Penguji I**

**Dosen Penguji II**

**(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)**

**(Hj, Gen Gen Gendalasari Dra.,MM)**

Mengetahui,  
**Ketua Prodi**

Mengetahui,  
**Dekan**

**(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M) (YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Lazada.co.id. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan lazada. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi liner berganda dengan menggunakan program SPSS 26. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian , Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara online di situs lazada.co.id.

**Kata Kunci : Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI SITUS LAZADA.CO.ID”. Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia sekaligus sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis sampai dengan selesainya skripsi ini
4. Dosen-Dosen Pengajar dan staff Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia yang telah melalui perkuliahan bersama dan Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia kelas manajemen malam dan rekan-rekan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi dan saling mendukung satu sama lain.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, semoga Allah SWT memberikan pahala atas

kebaikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi lingkungan akademik maupun lingkungan luas pada umumnya.

Bogor, Januari, 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Kajian Teori .....	15
B. Penelitian Terdahulu .....	39
C. Kerangka Pemikiran .....	43
D. Hipotesis Penelitian .....	41
BAB III METODE PENELITIAN .....	47
A. Metode Penelitian .....	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
C. Operasional Variabel .....	48
D. Populasi dan Sampel .....	51
E. Jenis dan Sumber Data .....	52
F. Teknik Analisis Data .....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	69

A. Sejarah Perusahaan .....	69
B. Profil Responden .....	74
C. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas .....	78
D. Uji Asumsi Klasik .....	84
E. Analisis Deskriptif .....	89
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	95
G. Uji t .....	96
H. Uji F .....	98
I. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	100
J. Pembahasan .....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	104
A. Kesimpulan .....	104
B. Saran .....	104
DAFTAR PUSTAKA .....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Pra Survey Pelanggan Lazada .....	8
Tabel 2	Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3	Operasional Variabel .....	50
Tabel 4	Indeksi Jawaban Responden.....	61
Tabel 5	Interprestasi Koefisien Korelasi .....	62
Tabel 6	Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
Tabel 7	Klasifikasi Responden berdasarkan Usia .....	75
Tabel 8	Klasifikasi Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	76
Tabel 9	Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	76
Tabel 10	Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Jadi Pelanggan ....	77
Tabel 11	Klasifikasi Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan ...	78
Tabel 12	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1) .....	79
Tabel 13	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2) .....	80
Tabel 14	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Insformasi (X3) .....	80
Tabel 15	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	81
Tabel 16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X1) .....	82
Tabel 17	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan (X2) .....	82
Tabel 18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi (X3) .....	83
Tabel 19	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	83
Tabel 20	Hasil Uji Normalitas .....	84
Tabel 21	Hasil Uji Multikolinieritas.....	85



Tabel 22	Hasil Uji Linieritas variable Kepercayaan (X1) .....	87
Tabel 23	Hasil Uji Linieritas variable Kemudahan (X2).....	88
Tabel 24	Hasil Uji Linieritas variable Kualitas Informasi (X3).....	88
Tabel 25	Kriteria Jawaban Responden .....	89
Tabel 26	Distribusi Jawaban responden Kepercayaan (X1) .....	90
Tabel 27	Distribusi Jawaban responden Kemudahan (X2) .....	91
Tabel 28	Distribusi Jawaban responden Kualitas Informasi (X3) .....	92
Tabel 29	Distribusi Jawaban responden Keputusan Pembelian (Y) ....	94
Tabel 30	Hasil Analisis Korelasi .....	96
Tabel 31	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	97
Tabel 32	Hasil Uji t.....	98
Tabel 33	Hasil Uji F .....	100
Tabel 34	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 2018 – 2022 .....	4
Gambar 2	Transaksi perdagangan online (ECommerce) di Indonesia Kuartal I, 2023 .....	5
Gambar 3	Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4	Logo Lazada Indonesia .....	71
Gambar 5	Struktur Organisasi Lazada Indonesia .....	72
Gambar 6	Hasil Uji Heteroskedastisitas – Scatterplot .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian .....	113
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas .....	118
Lampiran 3	Output Uji Validitas dan Reliabilitas .....	122
Lampiran 4	Tabulasi Data Kuisisioner .....	130
Lampiran 5	Profil Responden .....	141
Lampiran 6	Output Uji .....	143
Lampiran 7	Output Statistik Deskriptif .....	147
Lampiran 9	Tabel r .....	162
Lampiran 10	Tabel t .....	163
Lampiran 11	Tabel F .....	164