

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP LAZADA PADA MASYARAKAT
BELAKANG PADANG**

SKRIPSI



**Oleh:
Mayranti Andra Mariza
190910361**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP LAZADA PADA MASYARAKAT
BELAKANG PADANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Mayranti Andra Mariza
190910361**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mayranti Andra Mariza

NPM : 190910361

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Lazada Pada Masyarakat Belakang Padang”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 19 Januari 2024



Mayranti Andra Mariza

190910361

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP LAZADA PADA MASYARAKAT
BELAKANG PADANG**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Mayranti Andra Mariza
190910361**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 19 Januari 2024



**M. Khoiri, S.Pd., M.Pd.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Hasil penyebaran kuesioner di Belakang Padang dapat menjawab hipotesis, bahwa Lazada di Belakang Padang bukan hal yang baru dikenal masyarakat, sehingga masyarakat sudah banyak mengenal *e-commerce* Lazada. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan sebanyak 204 responden. Berdasarkan dari penelitian maka adanya keterkaitan antara kepercayaan, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian online shop Lazada. Hal ini mengandung implikasi bahwa adanya peran penting kepercayaan, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Terbukti dari uji t kepercayaan (X1) didapat $7,657 > t$ tabel 1,972. Uji t pada keamanan (X2) didapat $6,361 > t$ tabel 1,972. Uji t pada promosi (X1) didapat $3,757 > t$ tabel 1,972. Hasil pada tabel uji F ialah $105,473 > 3,04$. Berdasarkan dari penelitian maka adanya keterkaitan antara kepercayaan, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian online shop Lazada. Hal ini mengandung implikasi bahwa adanya peran penting kepercayaan, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Lebih meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap *online shop* Lazada, dengan cara memberikan kepercayaan, keamanan dan promosi yang menarik perhatian konsumen.

Kata Kunci: Kepercayaan, Keamanan, Keputusan Pembelian, Promosi.

ABSTRACT

The results of distributing the questionnaire behind Padang can answer the hypothesis, that Lazada behind Padang is not something that is new to the public, so that many people are familiar with Lazada e-commerce. The research was conducted by distributing 204 respondents. Based on the research, there is a link between trust, security and promotion on purchasing decisions for the Lazada online shop. This implies that there is an important role of trust, security and promotion of purchasing decisions. It is proven from the trust t test (X1) obtained $7.657 > t$ table 1.972. The t test on security (X2) was obtained $6.361 > t$ table 1.972. The t test on promotion (X1) was obtained $3.757 > t$ table 1.972. The results on the F test table are $105.473 > 3.04$. Based on the research, there is a link between trust, security and promotion on purchasing decisions for the Lazada online shop. This implies that there is an important role of trust, security and promotion of purchasing decisions. Increasing consumer purchasing decisions for the Lazada online shop, by providing trust, security and promotions that attract the attention of consumers.

Keywords: *Trust, Security, Purchase Decision, Promotion.*

KATA PENGANTAR

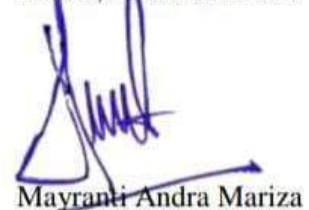
Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak M. Khoiri, S.Pd., M.Pd. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 19 Januari 2024



Mayranti Andra Mariza



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	15
2.1.1 Kepercayaan	15
2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan	15
2.1.1.2 Faktor Kepercayaan.....	16
2.1.1.3 Indikator Kepercayaan	17
2.1.2 Keamanan	19
2.1.2.1 Pengertian Keamanan.....	19
2.1.2.2 Faktor Keamanan	20
2.1.2.3 Indikator Keamanan	21
2.1.3 Promosi.....	25
2.1.3.1 Pengertian Promosi	25
2.1.3.2 Tujuan Promosi	26
2.1.3.3 Indikator Promosi	28
2.1.4 Keputusan Pembelian	30
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	31
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	33
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	

3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Sifat Penelitian	42
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	43
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	43
3.3.2	Periode Penelitian.....	43
3.4	Populasi dan Sampel	44
3.4.1	Populasi	44
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	44
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	45
3.5	Sumber Data	46
3.6	Metode Pengumpulan Data	47
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	49
3.7.1	Variabel Independen (X).....	49
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	49
3.8	Metode Analisis Data	50
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	50
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	51
3.8.2.1	Uji Validitas	51
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.3.1	Uji Normalitas	53
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	54
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	55
3.8.4	Uji Pengaruh.....	56
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	57
3.9	Uji Hipotesis.....	58
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	58
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	62
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Belanja <i>Online</i> di Lazada	64
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	65
4.3.1	Deskriptif Kepercayaan (X1)	66
4.3.2	Deskriptif Keamanan (X2).....	66
4.3.3	Deskriptif Promosi (X3).....	67
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.4	Analisis Data	69
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	69
4.4.1.1	Uji Validitas	69
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	71

4.4.2 Uji Asumsi Klasik	72
4.4.2.1 Uji Normalitas	72
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	74
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	75
4.4.3 Uji Pengaruh.....	76
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.5 Pengujian Hipotesis.....	79
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	79
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	80
4.6 Pembahasan.....	81
4.6.1 Kepercayaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian...	81
4.6.2 Keamanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.6.3 Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.6.4 Kepercayaan, Keamanan dan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Diagram <i>Pra Survey</i> Kepercayaan.....	3
Gambar 1.2 Diagram <i>Pra Survey</i> Keamanan	5
Gambar 1.3 Diagram <i>Pra Survey</i> Promosi	7
Gambar 1.4 Diagram <i>Pra Survey</i> Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Logo <i>e-Commerce</i> Lazada.....	61
Gambar 4.2 Grafik Histogram	72
Gambar 4.3 Grafik <i>P-P Plot</i>	73
Gambar 4.4 Grafik Plot (<i>Scatter Plot</i>).....	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Pra Survey</i> Kepercayaan	2
Tabel 1.2 <i>Pra Survey</i> Keamanan	5
Tabel 1.3 <i>Pra Survey</i> Promosi.....	7
Tabel 1.4 Jumlah Pengunjung Lazada.....	9
Tabel 1.5 <i>Pra Survey</i> Keputusan Pembelian	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	48
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	63
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Berapa kali Berbelanja <i>Online</i> di Lazada	64
Tabel 4.5 Rentang Nilai.....	65
Tabel 4.6 Deskriptif Kepercayaan (X1)	66
Tabel 4.7 Deskriptif Keamanan (X2)	66
Tabel 4.8 Deskriptif Promosi (X3).....	67
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.10 Uji Validitas Kepercayaan (X1)	69
Tabel 4.11 Uji Validitas Keamanan (X2).....	70
Tabel 4.12 Uji Validitas Promosi (X3).....	70
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.15 Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	74
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4.18 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	78
Tabel 4.19 Uji t.....	79
Tabel 4.20 Uji F.....	81

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Jacob Cohen.....	45
Rumus 3.2 <i>Pearson Correlation</i>	52
Rumus 3.3 <i>Alpha Crobach</i>	53
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	57
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi	58
Rumus 3.6 Uji t	59
Rumus 3.7 Uji F	60