

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KEAMANAN KONSUMEN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA TOKO ONLINE LAZADA**

SKRIPSI



**Oleh
Rikasari Ambarita
190910145**

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KEAMANAN KONSUMEN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA TOKO ONLINE LAZADA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana



Oleh
Rikasari Ambarita
190910145

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rikasari Ambarita

NPM : 190910145

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Lazada”

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 perundangundangan yang berlaku.

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

Batam, 19 Januari 2024



Rikasari Ambarita

190910145

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KEAMANAN KONSUMEN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA TOKO ONLINE LAZADA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Rikasari Ambarita
190910145**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 19 Januari 2024



**Mauli Siagian, S.Kom., M.Si
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Online Lazada. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Toko Online Lazada. Pengambilan sampel menggunakan teori Jacob Cohen dan terpilih 204 orang responden. Metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 204 responden. Teknik analisis data menggunakan SPSS 27. Hasil penelitian yaitu (1) Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Online Lazada berpengaruh signifikan dengan t hitung $5,543 > 1,972$ t tabel dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Online Lazada berpengaruh signifikan t hitung $8,310 > 1,972$ t tabel dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. (3) Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Online Lazada t hitung $2,659 > 1,972$ t tabel dengan tingkat signifikansi $0,0 < 0,05$. Serta (4) Kepercayaan Konsumen, Keamanan Konsumen, dan Kepuasan Konsumen secara simultan/bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Toko *Online* Lazada nilai F tabel sebesar $2,649$ yang berarti F hitung $53,170 > F$ tabel $2,649$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Keamanan Konsumen, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of finding out the influence of Consumer Trust, Consumer Security and Consumer Satisfaction on Repurchase Intention at the Lazada Online Store. The population in this study are consumers who shop at the Lazada Online Store. Sampling used Jacob Cohen's theory and 204 respondents were selected. Quantitative research method with data collection techniques using questionnaires distributed to 204 respondents. Data analysis techniques using SPSS 27. The results of the research are (1) Consumer Trust in Repurchase Interest in the Lazada Online Store has a significant effect with t count 5.543 > 1.972 t table with level significance 0.000 < 0.05. (2) Consumer Security on Repurchase Interest at the Lazada Online Store has a significant effect on t count 8.310 > 1.972 t table with a significance level of 0.000 < 0.05. (3) Consumer Satisfaction with Repurchase Interest at the Lazada Online Store t calculated 2.659 > 1.972 t table with a significance level of 0.0 < 0.05. And (4) Consumer Trust, Consumer Safety and Consumer Satisfaction simultaneously/together influence Repurchase Intention at the Lazada Online Store, the F table value is 2.649, which means F count is 53.170 > F table 2.649 with a significance level of 0.000 < 0.05

Keywords: *Consumer Trust, Consumer Safety, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud 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 Univeritas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Dosen pembimbing Skripsi yang sudah membimbing dengan baik;
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Kedua Orang Tua tercinta, kepada Terima kasih atas doa, dukungan dan harapan kepada Penulis;
6. Seluruh responden yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data untuk keperluan penelitian;
7. Teman-teman yang memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan proposal penelitian ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik
8. Pihak pihak lain yang telah membantu penulis dalam membuat proposal penelitian ini, yang tidak dapat di sebutkan satu persatu .

Semoga bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal kebajikan dan mendapat pahala yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Batam, 19 Januari 2024
Penulis



Rikasari Ambarita
190910145



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang	11
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
1.6.1. Manfaat Teoritis	13
1.6.2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1 Kepercayaan Konsumen	15
2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	15
2.1.1.2 Jenis-Jenis Kepercayaan Konsumen	16
2.1.1.3 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	16
2.1.2 Keamanan Konsumen	17
2.1.2.1 Pengertian Keamanan Konsumen.....	17
2.1.2.2 Indikator Keamanan Konsumen	18
2.1.3 Kepuasan Konsumen	18
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.1.3.2 Tipe-tipe Kepuasan Konsumen	19
2.1.3.3 Strategi Kepuasan Konsumen.....	19

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen	21
2.1.4 Minat Beli Ulang	21
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang	21
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	22
2.1.4.3 Aspek-Aspek Minat Beli Ulang.....	23
2.1.4.4 Indikator Minat Beli Ulang	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	32
2.3.2 Pengaruh Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	33
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Sifat Penelitian	35
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	35
3.3.1 Lokasi Penelitian	35
3.3.2 Periode Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	36
3.4.3 Teknik Sampling	37
3.5 Sumber Data.....	37
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder	38
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6.2 Kuesioner	38
3.7 Definisi Operasional Variabel	39
3.7.1 Variabel Dependen	39
3.7.2 Variabel independen	39
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	40
3.8.2 Uji Kualitas Data	40
3.8.2.1 Uji Validitas Data	40
3.8.2.2 Pengujian Reliabilitas Data	41

3.8.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3.1 Uji Normalitas	42
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas	42
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.8.4 Uji Pengaruh.....	42
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi.....	43
3.9 Uji Hipotesis.....	43
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	43
3.9.2 Uji Simultan (Uji F).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Lazada	44
4.1.2 Logo Lazada.....	44
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2 Responden Berdasarkan Umur	46
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	47
4.3.1 Variabel Kepercayaan Konsumen (X1)	47
4.3.2 Variabel Keamanan Konsumen (X2).....	48
4.3.3 Variabel Kepuasan Konsumen (X3).....	48
4.3.4 Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	49
4.4. Analisis Data	50
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian	50
4.4.1.1 Uji Validitas	50
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	53
4.4.2.1 Uji Normalitas	53
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	54
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.4.3 Uji Pengaruh.....	55
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.4.3.2 Hasil Uji Determinasi (R^2)	56
4.5 Pengujian Hipotesis	57
4.5.1 Hasil Uji T.....	57

4.5.2 Hasil Uji F	58
4.6 Pembahasan	59
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	59
4.6.2 Pengaruh Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	60
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	62
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

- Lampiran 1 Pendukung Penelitian
- Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penetrasi Internet	2
Gambar 1.1 Pengunjung Website Lazada Per Kuartal	5
Gambar 1.2 Pengunjung 5 <i>e-commerce</i> Per Kuartal 1 2023.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Logo Lazada.....	44
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	53
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kasus Penipuan Pada Lazada.....	7
Tabel 1.2 Tingkat Keluhan Pengguna Situs Lazada Indonesia pada tahun 2022...9	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....	38
Tabel 3.3 Tabel Defiinisi Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Umur Responden	46
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4 Rentang Kelas	47
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Indikator Kepercayaan Konsumen	47
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Indikator Keamanan Konsumen.....	48
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Indikator Kepuasan Konsumen	48
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Indikator Minat Beli Ulang.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>)	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R^2)	56
Tabel 4.15 Hasil Uji T	57
Tabel 4.16 Hasil Uji F	58

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Jacob Cohen.....	36
Rumus 3.2 Rentang Kelas.....	40
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	40
Rumus 3.4 <i>Cronbach Alpha</i>	41
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda.....	42