

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED
BENEFITS*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP PADA
BELANJA *ONLINE* DI LAZADA**

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:
Cristophora Dipta Kirana
NPM: 12 03 19930**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

Skripsi

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP PADA BELANJA *ONLINE* DI LAZADA

Disusun oleh :

Cristophora Dipta Kirana

NPM: 12 03 19930

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si.

14 Desember 2016

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP PADA BELANJA *ONLINE* DI
LAZADA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :
CRISTOPHORA DIPTA KIRANA
NPM : 12 03 19930

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 10 Januari 2017 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

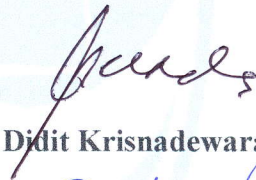
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

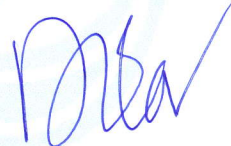


Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.



Elisabet Dita Septiari, SE., MSc.

Yogyakarta, 10 Januari 2017
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP PADA BELANJA *ONLINE* DI LAZADA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide-ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan semua keputusan dan gelar yang saya peroleh dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan



Cristophora Dipta Kirana

KATA PENGANTAR

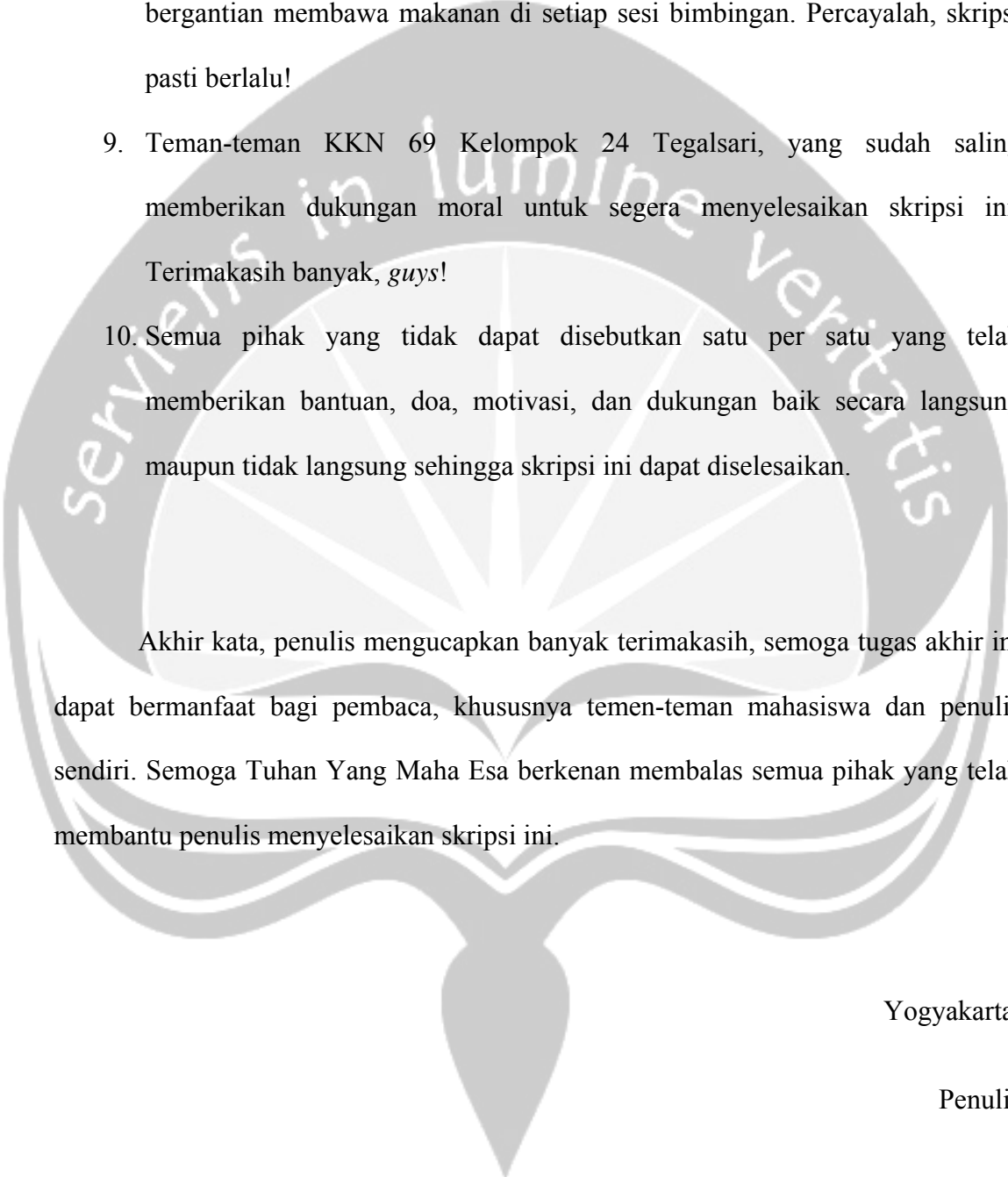
Tiada kata yang lebih indah selain puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP PADA BELANJA *ONLINE* DI LAZADA”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan penuh syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu setia mendampingi baik jatuh dan bangun disaat pengerjaan skripsi ini, hingga akhirnya sudah selesai dikerjakan. Terima kasih untuk segala pendampingan, kesabaran, kekuatan, kesehatan, dan campur tangan yang telah diberikan kepada penulis.
2. Orang tua, Mama dan Bapak tercinta yang terus memberikan dukungan dalam bentuk moril dan materiil yang tak bisa dibandingkan dengan apapun. Tak lupa pula ucapan terima kasih kepada Mba Rani, selaku kakak, Christo,

selaku adik, dan Dogi, selaku anjing peliharaan yang baik secara langsung maupun tidak langsung ikut mendukung penyelesaian skripsi ini.

3. Ibu Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, memotivasi dan memberi masukan selama penyusunan hingga skripsi ini selesai disusun.
4. Sahabat tercinta Anastasia Hertriana Marsando Dimounda Dogopia a.k.a Echun yang walaupun sedang berada jauh di Negeri Paman Sam tapi tetap selalu menyemangati demi masa depan cerah dan mengajak belajar bersama. Terindah!
5. Teman-teman dari anggota MBA tercinta yang selalu menemani mengerjakan skripsi dan galau bersama karena skripsi di Perpustakaan UAJY, yaitu Detahaphap, Sisi Jelly Queen of Afui Noodle, Papah Saut, Fira Queen of Janti, Imelda Si Alis Cetar, Ori-ginal, Febri Kotak, dan Diah Si Jago Analisis Mediasi. Terimakasih untuk segala penghiburan serta obrolan mengenai hal-yang-nggak-penting-tetapi-menghibur.
6. Keluarga Yakomina yang juga terus memberi dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini karena ingin segera memberikan balon berbentuk tulisan S.E.
7. Yang terhormat Maria Susana Elaman selaku kakak kost yang paling tidak bisa diam dan selalu memotivasi agar segera menyusul untuk mendapat gelar S.E.

- 
8. Teman-teman seperjuangan skripsweet Bu Shelly angkatan 2012, yang selalu bergantian membawa makanan di setiap sesi bimbingan. Percayalah, skripsi pasti berlalu!
 9. Teman-teman KKN 69 Kelompok 24 Tegalsari, yang sudah saling memberikan dukungan moral untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak, *guys!*
 10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, motivasi, dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terimakasih, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya temen-teman mahasiswa dan penulis sendiri. Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta,

Penulis

Cristophora Dipta Kirana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

This One's For You

(Dipopulerkan Oleh : David Guetta feat. Zara Larsson)

We're born to fly
So let's keep living 'til it all falls down
Let's close our eyes
And let the moment drive the whole world out

We're in this together
Hear our hearts beat together
We stand strong together
We're in this forever
This one's for you
This one's for you

Waving colored flags
We won't surrender, there's no standing down (no standing down)
Love's a playing field
It's full of winners, we're breaking new ground

We're in this together
Hear our hearts beat together
We stand strong together
We're in this forever
This one's for you
This one's for you

In this together
We're in this together
Hear our hearts beat together
We stand strong together
We're in this forever
This one's for you

Skripsi dan lagu ini kupersembahkan kepada:

Tuhan Yesus

Bapak dan Mama

Kakak dan Adik

Serta orang-orang yang masih berjuang dengan skripsinya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Definisi Operasional.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 <i>E-commerce</i>	13
2.2 <i>Kualitas Website</i>	14
2.3 <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	18
2.4 <i>Perceived Benefits</i>	19
2.5 Kepercayaan.....	20
2.6 Sikap pada Belanja <i>Online</i>	22
2.7 Penelitian Sebelumnya.....	23

2.8 Pengembangan Hipotesis.....	25
2.9 Kerangka Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Lokasi Penelitian.....	29
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1. Populasi.....	29
3.3.2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas).....	31
3.5.1. Uji Validitas.....	32
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.6 Metode Analisis Data.....	34
3.6.1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	34
3.6.2. Analisis Linear Berganda.....	36
3.6.3. Analisis Mediasi.....	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN....	41
4.1 Penjelasan Penelitian.....	41
4.2 Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	42
4.2.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.2.3 Persentase Responden Berdasarkan Rata-rata Uang Saku.....	43
4.2.4 Persentase Pembelian <i>Online</i> di Lazada dalam 6 Bulan Terakhir.....	44
4.2.5 Persentase Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran saat Belanja di Lazada.....	45
4.2.6 Persentase Informasi Mengenai Lazada.....	46
4.3 Analisis Regresi.....	46
4.3.1. Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>Perceived Benefits</i>	46
4.3.2. Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>EWOM</i>	47
4.3.3. Pengaruh <i>Perceived Benefits</i> , Kepercayaan, dan Kualitas <i>Website</i> Pada Sikap Pada Belanja <i>Online</i>	48
4.3.4. Analisis Mediasi.....	50
4.4 Pembahasan Analisis.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Implikasi Manajerial.....	60

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.4 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 3.1	Model Regresi Linear Sederhana 1.....	35
Gambar 3.2	Model Regresi Linear Sederhana 2.....	36
Gambar 3.3	Model Regresi Linear Berganda.....	37
Gambar 3.4	Model Mediasi 1.....	38
Gambar 3.5	Model Mediasi 2.....	39
Gambar 3.6	Klasifikasi Tipe Mediasi.....	40
Gambar 4.1	Persentasi Informasi Mengenai Lazada.....	45
Gambar 4.2	Hasil Signifikansi Model Penelitian.....	49
Gambar 4.3	Hasil Uji Mediasi 1.....	51
Gambar 4.4	Hasil Uji Mediasi 2.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Rata-rata Uang Saku.....	43
Tabel 4.6	Persentase Pembelian <i>Online</i> di Lazada dalam 6 bulan terakhir...	44
Tabel 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran saat Belanja di Lazada.....	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>Perceived Benefits</i>	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>EWOM</i>	47
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Pengaruh <i>Perceived Benefits</i> , Kepercayaan, dan Kualitas <i>Website</i> Pada Sikap Pada Belanja <i>Online</i>	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Mediasi 1.....	50
Tabel 4.12	Hasil Uji Mediasi 2.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	HASIL KUESIONER
LAMPIRAN 3	HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 4	HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA
LAMPIRAN 5	HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA



**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP PADA BELANJA *ONLINE* DI
LAZADA**

**Disusun oleh:
Cristophora Dipta Kirana
NPM: 12 03 19930**

**Pembimbing
Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si.**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh dari kualitas *website*, *EWOM*, *perceived benefits*, dan kepercayaan terhadap sikap konsumen pada belanja *online*.

Penelitian ini mengambil responden mahasiswa dari berbagai universitas. Jumlah sampel yang valid dan dipakai dalam penelitian ini adalah 186 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner *online*. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana, regresi linear berganda, dan mediasi.

Hasil penelitian dari regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel kualitas *website* secara keseluruhan berpengaruh positif pada variabel *perceived benefits* dan variabel kualitas *website* secara keseluruhan berpengaruh positif pada variabel *EWOM*. Sedangkan pada regresi linear berganda, hasil analisis menunjukkan bahwa *perceived benefits*, kepercayaan, dan kualitas *website* berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung pada sikap pada belanja *online*. *EWOM* sebagai variabel mediasi berfungsi memediasi hubungan antara variabel kualitas *website* dan kepercayaan dan hasilnya dapat diketahui bahwa kualitas *website* berpengaruh secara langsung pada kepercayaan dan secara tidak langsung juga berpengaruh pada kepercayaan melalui *EWOM* sebagai variabel pemediasi. Hubungan antara variabel kualitas *website* dan sikap terhadap belanja *online* dengan kepercayaan sebagai variabel pemediasi, setelah dianalisis dapat dilihat bahwa kualitas *website* berpengaruh secara langsung pada kepercayaan dan secara tidak langsung juga berpengaruh pada sikap pada belanja *online* melalui kepercayaan sebagai variabel pemediasi.

Kata Kunci : Kualitas *Website*, *E-WOM*, *Perceived Benefits*, Kepercayaan, *Online Shopping*, Sikap Belanja Konsumen.