

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS LAZADA**

**(Survey pada pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF TRUST AND CONSUMER SAFETY TO  
BUYING INTEREST ON LAZADA SITE***

***(Surveys of Visitors on Lazada Site in East Jakarta)***

**Oleh**

**Aulia Afifah**

**2014410016**

**SKRIPSI**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada  
Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2018**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS  
LAZADA**

**(Survey pada pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF TRUST AND CONSUMER SAFETY TO BUYING  
INTEREST ON LAZADA SITE***

***(Surveys of Visitors on Lazada Site in East Jakarta)***

**Oleh**

**Aulia Afifah**

**2014410016**

**SKRIPSI**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada  
Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aulia Afifah

NIM : 2014410016

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul “ **Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Lazada (Survey pada pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)**”

Skripsi telah diperiksa dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana tanggal 10 Agustus 2018

Jakarta, 6 Agustus 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

Dian Anggraeni Rahim, SE., M.Si

Resa Nurlaela Anwar, SE, MM

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS  
LAZADA (Survey pada pengunjung situs Lazada di  
Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF TRUST AND CONSUMER  
SAFETY TO BUYING INTEREST ON LAZADA  
SITE (Surveys of Visitors on Lazada Site in East  
Jakarta)***

Oleh  
**Aulia Afifah**  
**2014410016**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi  
Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh Tim Penguji pada  
tanggal seperti tertera dibawah ini Jakarta, 10 Agustus 2018

**Resa Nurlaela Anwar, SE, MM**  
**Pembimbing**

**Dr. Firsan Nova, SE, MM**  
**Penguji I**

**Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM**  
**Penguji II**

**Resa Nurlaela Anwar, SE, MM**  
**Penguji III**

**Dr. Tri Mardjoko, MA**  
**Dekan**

**Dian Anggraeni Rahim, SE., M.Si**  
**Ketua Jurusan Manajemen**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aulia Afifah

NIM : 2014410016

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS LAZADA** yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 10 Agustus 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Aulia Afifah

## ABSTRAK

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan (X1) dan keamanan (X2) terhadap minat beli (Y) di situs Lazada. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuesioner terhadap 100 responden yaitu pengunjung yang bertempat tinggal di Jakarta Timur dengan menggunakan purposive sampling untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini diperoleh dari data yang telah diolah dengan bantuan SPSS, untuk hasil analisis regresi berganda  $Y = 30,618 + 0,256X_1 + 0,333X_2$  yang artinya bahwa nilai variabel kepercayaan (X1) dan variabel keamanan (X2) bernilai positif, hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi kepercayaan dan keamanan maka akan semakin tinggi minat beli. Sebaliknya semakin rendah kepercayaan dan keamanan maka akan semakin rendah pula minat beli. Hasil regresi linear sederhana pengaruh keamanan terhadap minat beli adalah  $Y = 38,901 + 0,253X_1$  yang artinya bahwa semakin tinggi kepercayaan maka akan semakin tinggi minat beli. Sebaliknya semakin rendah kepercayaan maka akan semakin rendah pula minat beli. Hal ini diperkuat dengan  $(3,170) >$

$(1,660)$  Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan terhadap variabel minat beli. Sedangkan pengaruh keamanan terhadap minat beli adalah  $Y = 39,791 + 0,327X_2$  yang artinya semakin tinggi keamanan maka akan semakin tinggi minat beli. Sebaliknya semakin rendah keamanan maka akan semakin rendah pula minat beli. Hal ini diperkuat dengan  $(2,578) > (1,660)$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel keamanan terhadap variabel minat beli.

Kata Kunci : Kepercayaan, Keamanan, Minat beli

## ABSTRACT

*This research is proposed to know how much influence of trust (X1) and security (X2) to buying interest (Y) at Lazada website. Data collection methods used in this study by providing questionnaires to 100 respondents are visitors who live in East Jakarta by using purposive sampling to determine the responses of respondents to each variable contained in this study. The technique of analysis in this study using simple linear regression analysis and multiple linear regression analysis.*

*The results of this study were obtained from data that have been processed with the help of SPSS, for the results of multiple regression analysis  $Y = 30.618 + 0.256X1 + 0.333X2$  which means that the value of trust variables (X1) and security variable (X2) is positive, high trust and security will be higher buying interest. Conversely the lower the trust and security will be the lower the buying interest. The result of simple linear regression of the effect of security on buying interest is  $Y = 38.901 + 0.253X1$  which means that the higher the confidence the higher the buying interest. Conversely, the lower the confidence will be the lower the buying interest. This is reinforced by  $t(3,170) > t_{\text{tabel}}(1,660)$  Thus it can be concluded that  $H_a$  accepted that there is a positive and significant influence between the variables of trust on the variable of buying interest. While the effect of security on buying interest is  $Y = 39.791 + 0.327X2$  which means the higher the security will be higher buying interest. Conversely, the lower the security, the lower the buying interest. This is reinforced by  $t(2,578) > t_{\text{tabel}}(1,660)$ . Thus it can be concluded that  $H_a$  accepted that there is a positive and significant influence between security variables to the variable of buying interest.*

*Keywords: Trust, Security, Buying interest*

## KATA PENGANTAR

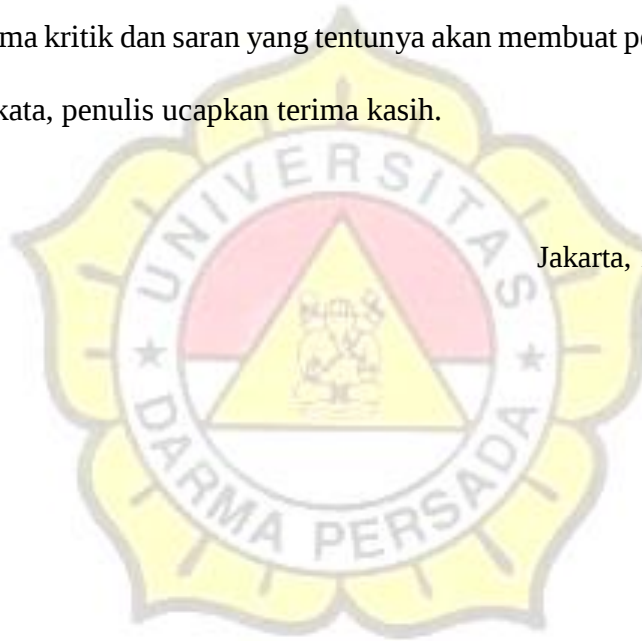
Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada, Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Dr. Tri Mardjoko, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeni Rahim, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini.
5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa restu, dukungan baik moral maupun moril, dan selalu memberi semangat untuk lebih baik lagi.
9. Kakak kandung yang bernama Angkiya Ailul yang tidak pernah berhenti memberikan semangat.
10. Keponakan tersayang yang bernama Rakha Prasetyo yang selalu memberikan

semangat dalam berbagai caranya.

11. Sahabat-sahabat yang tidak pernah lelah untuk menemani dan memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini yaitu Arnis Nursella, Cyntia Dewi, Aninda Saraswati, Yahya, Rizak Sartono.
12. Seluruh teman-teman Mahasiswa/i Manajemen/Akuntansi angkatan 2014  
Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala bantuan semua pihak yang telah membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu saja belum mencapai kata sempurna, sehingga penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membuat penulis lebih baik lagi.  
Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.



Jakarta, 10 Agustus 2018

Penulis

Aulia Afifah

## DAFTAR ISI

|                                                           | <b>Halaman</b> |
|-----------------------------------------------------------|----------------|
| HALAMAN JUDUL .....                                       | i              |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                                  | ii             |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                   | iii            |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                                   | vi             |
| ABSTRAK .....                                             | v              |
| ABSTRACT .....                                            | vi             |
| KATA PENGANTAR .....                                      | vii            |
| DAFTAR ISI .....                                          | ix             |
| DAFTAR TABEL .....                                        | xii            |
| DAFTAR GAMBAR .....                                       | xvii           |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                     | xviii          |
| <br>BAB I : PENDAHULUAN .....                             | <br>1          |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                       | 1              |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                 | 17             |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                               | 17             |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                             | 18             |
| <br>BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN           |                |
| DAN HIPOTESIS .....                                       | 19             |
| 2.1 Pemasaran .....                                       | 19             |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran .....                          | 19             |
| 2.2.1 Konsep Inti Pemasaran .....                         | 20             |
| 2.2 <i>E-Commerce</i> .....                               | 21             |
| 2.2.1 Pengertian <i>E-Commerce</i> .....                  | 21             |
| 2.2.2 Keuntungan dan Keterbatasan <i>E-Commerce</i> ..... | 22             |
| 2.2.3 Jenis <i>E-Commerce</i> .....                       | 24             |
| 2.2.4 Manfaat <i>E-Commerce</i> .....                     | 26             |
| 2.3 Pemasaran <i>Online</i> .....                         | 28             |

|                                                |        |
|------------------------------------------------|--------|
| 2.3.1 Pengertian Pemasaran <i>Online</i> ..... | 28     |
| 2.4 Internet .....                             | 28     |
| 2.4.1 Pengertian Internet .....                | 28     |
| 2.5 Kepercayaan .....                          | 29     |
| 2.5.1 Pengertian Kepercayaan .....             | 29     |
| 2.5.2 Dimensi Kepercayaan .....                | 32     |
| 2.6 Keamanan .....                             | 34     |
| 2.6.1 Pengertian Keamanan .....                | 34     |
| 2.6.2 Dimensi Keamanan .....                   | 34     |
| 2.7 Minat Beli .....                           | 35     |
| 2.7.1 Pengertian Minat Beli.....               | 35     |
| 2.7.2 Dimensi Minat Beli .....                 | 37     |
| 2.8 Penelitian Terdahulu .....                 | 38     |
| 2.9 Kerangka Pemikiran .....                   | 40     |
| 2.10 Hipotesis Penelitian .....                | 42     |
| <br>BAB III : METODE PENELITIAN .....          | <br>44 |
| 3.1 Metode yang Digunakan .....                | 44     |
| 3.2 Operasional Variabel .....                 | 45     |
| 3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data .....       | 47     |
| 3.3.1 Sumber dan Jenis Data .....              | 47     |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....              | 48     |
| 3.5 Teknik Penentuan Data .....                | 51     |
| 3.5.1 Populasi .....                           | 51     |
| 3.5.2 Sampel .....                             | 51     |
| 3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....          | 52     |
| 3.6 Uji Keabsahan Data .....                   | 52     |
| 3.5.1 Uji Validitas .....                      | 52     |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas .....                   | 53     |
| 3.7 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis ..... | 54     |
| 3.7.1 Regresi Linear Berganda .....            | 54     |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 3.7.2 Regresi Linear Sederhana .....       | 55 |
| 3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi ..... | 56 |
| 3.7.4 Uji F .....                          | 56 |
| 3.7.5 Uji T .....                          | 58 |
| 3.1 Uji Asumsi Klasik .....                | 59 |
| 3.7.1 Uji Multikolinieritas .....          | 59 |
| 3.7.2 Uji Heteroskedastisitas .....        | 61 |
| 3.7.3 Uji Normalitas .....                 | 62 |

#### BAB IV : GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| PENELITIAN .....                                                                                | 63 |
| 4.1 Gambaran Umum Lazada .....                                                                  | 63 |
| 4.1.1 Sejarah singkat Lazada .....                                                              | 63 |
| 4.1.2 Model bisnis Lazada .....                                                                 | 64 |
| 4.1.3 Tujuan Lazada .....                                                                       | 65 |
| 4.1.4 Jenis Produk Lazada .....                                                                 | 65 |
| 4.1.5 Metode Pembayaran Lazada.....                                                             | 66 |
| 4.2 Hasil Penelitian Karakteristik/Profil Responden .....                                       | 68 |
| 4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                     | 68 |
| 4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia .....                                              | 69 |
| 4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....                                 | 69 |
| 4.2.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan ....                                          | 70 |
| 4.2.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                               | 71 |
| 4.2.6 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....                              | 72 |
| 4.2.7 Perhitungan Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengunjungi Situs Lazada Perbulan ..... | 73 |
| 4.2.8 Perhitungan Responden Jenis Barang Yang Paling                                            |    |

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Sering dilihat .....                                                | 74  |
| 4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....                    | 75  |
| 4.3.1 Variabel Kepercayaan .....                                    | 75  |
| 4.3.2 Variabel Keamanan .....                                       | 82  |
| 4.3.3 Variabel Minat Beli .....                                     | 86  |
| 4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....                      | 95  |
| 4.4.1 Uji Validitas.....                                            | 96  |
| 4.5 Uji Reliabilitas .....                                          | 97  |
| 4.5.1 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan .....                      | 97  |
| 4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas Keamanan .....                         | 98  |
| 4.5.3 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli .....                       | 99  |
| 4.6 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli .....                  | 100 |
| 4.7 Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli .....                     | 102 |
| 4.10 Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat<br>Beli ..... | 104 |
| 4.12 Uji Asumsi Klasik .....                                        | 106 |
| 4.12.1 Hasil Uji Multikolinieritas .....                            | 106 |
| 4.12.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                          | 107 |
| 4.12.3 Hasil Uji Normalitas .....                                   | 108 |
| <b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....                           | 110 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                | 110 |
| 5.2 Saran .....                                                     | 111 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                                         | 114 |
| LAMPIRAN .....                                                      | 120 |

## DAFTAR TABEL

### Halaman

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Pengguna Internet di Indonesia 2016-2017 .....                                          | 1  |
| Tabel 1.2 6 Top-brand of Online Shop 2017 .....                                                   | 4  |
| Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung B2C E-Commerce di Indonesia .....                                     | 5  |
| Tabel 1.4 Popular Brand Index E-Commerce Sites 2017 .....                                         | 6  |
| Tabel 1.5 Kasus-Kasus di Lazada Periode 2016-2018 .....                                           | 8  |
| Tabel 1.6 Daftar nama responden .....                                                             | 9  |
| Tabel 1.7 Presentase Keamanan pada Internet .....                                                 | 14 |
| Tabel 1.8 Presentase ketidaknyamanan dalam melakukan pembayaran<br>secara online tahun 2017 ..... | 15 |
| Tabel 2.1 Keuntungan dan Keterbatasan E-Commerce .....                                            | 23 |
| Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                                              | 39 |
| Tabel 3.1 Variabel Penelitian .....                                                               | 45 |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....                                                                      | 49 |
| Tabel 3.3 Kriteria pengukuran skor responden .....                                                | 50 |
| Tabel 3.4 Tingkat Interpretasi Koefisien Korelasi .....                                           | 56 |
| Tabel 4.1 Jenis Produk Lazada .....                                                               | 65 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                        | 68 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....                                                 | 69 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....                                    | 70 |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                            | 70 |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                                  | 71 |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....                                 | 72 |
| Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengunjungi<br>Situs Lazada .....          | 73 |
| Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Paling<br>Sering dilihat .....           | 74 |
| Tabel 4.10 Lazada akan menyediakan produk yang dibutuhkan .....                                   | 75 |
| Tabel 4.11 Lazada memiliki kemampuan untuk menyediakan barang                                     |    |

|                                                                    |                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----|
|                                                                    | berkualitas                                  | 76 |
| Tabel 4.12 Lazada memiliki pengalaman dalam mengirimkan barang     |                                              |    |
|                                                                    | tepat waktu                                  | 77 |
| Tabel 4.13 Lazada memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan    |                                              |    |
|                                                                    | Terbaik bagi konsumennya                     | 78 |
| Tabel 4.14 Lazada akan memberikan kepuasan membeli produk          |                                              |    |
|                                                                    | kepada konsumennya                           | 78 |
| Tabel 4.15 Lazada memiliki empati terhadap konsumen yang merasa    |                                              |    |
|                                                                    | dirugikan                                    | 79 |
| Tabel 4.16 <i>Service Lazada</i> yang diberikan sesuai dengan yang |                                              |    |
|                                                                    | diharapkan konsumen                          | 80 |
| Tabel 4.17 Lazada berkomitmen dalam meningkatkan kinerjanya.....   |                                              | 81 |
| Tabel 4.18 Lazada akan selalu melindungi reputasinya.....          |                                              | 81 |
| Tabel 4.19 Lazada akan melindungi dalam melakukan transaksi        |                                              |    |
|                                                                    | online                                       | 82 |
| Tabel 4.20 Lazada akan mengamankan transaksi dari gangguan         |                                              |    |
|                                                                    | lain                                         | 83 |
| Tabel 4.21 Lazada akan bertanggung jawab bila terjadi masalah      |                                              |    |
|                                                                    | selama bertransaksi                          | 84 |
| Tabel 4.22 Lazada akan menjaga data dan informasi konsumen .....   |                                              | 84 |
| Tabel 4.23 Lazada tidak akan menyalahgunakan data dan informasi    |                                              |    |
|                                                                    | konsumen                                     | 85 |
| Tabel 4.24 Lazada mampu menjamin kerahasiaan data dan informasi    |                                              |    |
|                                                                    | konsumen                                     | 86 |
| Tabel 4.25 Konsumen akan membeli produk di Lazada karena adanya    |                                              |    |
|                                                                    | kebutuhan                                    | 87 |
| Tabel 4.26 Lazada dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli   |                                              |    |
|                                                                    | produk di situsnya                           | 87 |
| Tabel 4.27 Lazada memiliki metode pembayaran yang banyak sehingga  |                                              |    |
|                                                                    | Mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja | 88 |
| Tabel 4.28 Setelah mencoba layanan di Lazada, Konsumen terdorong   |                                              |    |



|                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.47 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kepercayaan dan<br>Keamanan Terhadap Minat Beli | 104 |
| Tabel 4.48 Hasil Uji F Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat<br>Beli                           | 104 |
| Tabel 4.49 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kepercayaan dan<br>Keamanan terhadap Minat Beli     | 105 |
| Tabel 4.50 Hasil Uji Multikolinieritas.....                                                      | 106 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                        | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Tingkat kepercayaan konsumen disitus Lazada.....            | 10      |
| Gambar 1.2 Ketidakpercayaan konsumen Lazada.....                       | 11      |
| Gambar 1.3 Situs <i>online shop</i> yang paling banyak dikomplain..... | 11      |
| Gambar 1.4 <i>Most Complain of E-Commerce in 2017</i> .....            | 12      |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....                                     | 41      |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                          | 107     |
| Gambarl 4.2 Hasil Uji Normalitas.....                                  | 108     |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                    | <b>Halaman</b> |
|--------------------------------------------------------------------|----------------|
| Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup .....                              | 121            |
| Lampiran 2 Kuesioner Pra Penelitian .....                          | 122            |
| Lampiran 3 Kuesioner Penelitian .....                              | 125            |
| Lampiran 4 Hasil Pra Kuesioner .....                               | 130            |
| Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Kepercayaan .....                | 131            |
| Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Keamanan .....                   | 134            |
| Lampiran 7 Tabulasi Data Minat Beli .....                          | 137            |
| Lampiran 8 Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi Mahasiswa .....     | 140            |
| Lampiran 9 Hasil Output Uji Validitas .....                        | 141            |
| Lampiran 10 Hasil Output Uji Reliabilitas .....                    | 147            |
| Lampiran 11 Hasil Output Uji Regresi Sederhana dan Berganda .....  | 149            |
| Lampiran 12 Hasil Output Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 150            |
| Lampiran 13 Hasil Output Uji F dan T .....                         | 151            |
| Lampiran 14 Hasil Output Uji Asumsi Klasik .....                   | 152            |
| Lampiran 15 T Tabel .....                                          | 154            |
| Lampiran 16 F Tabel .....                                          | 158            |
| Lampiran 17 R Tabel .....                                          | 161            |

