

**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAJU KAOS SECARA *ONLINE*
DI APLIKASI LAZADA**

(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi
Angkatan 2018)

SKRIPSI



Oleh :

HENDRATUS BANO

Nim. 2018120229

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

MALANG

2022

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU KAOS SECARA *ONLINE*

DI APLIKASI LAZADA

(Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tribhuwana

Tunggadewi Angkatan 2018)

Hendratas Bano ⁽¹⁾

Dr. Budi Prihatminingtyas, M.A.B ⁽²⁾, Yuni Setyawati, ST., MT ⁽³⁾

⁽¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

⁽²⁾ Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

Email: jegauthendra3@gmail.com

RINGKASAN

Seiring dengan perkembangan inovasi yang semakin canggih, internet tampaknya telah menjadi penggunaan sehari-hari dalam kehidupan manusia dan dunia perbisnisan, seperti belanja *online*. Riset berikut memiliki tujuan sebagai pengetahuan dampak kualitas produk, harga, kepercayaan, memudahkan, keamanan dan kualitas pelayanan terkait kemauan konsumen baju kaos dengan cara *online* di aplikasi Lazada dengan cara parsial ataupun simultan. Jenis riset berikut ialah kuantitatif, instrumen risetnya menyebarkan kuesioner, untuk menganalisa data memakai regresi linier berganda. Dari hasil menganalisa regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi positif untuk variabel kualitas produk, kepercayaan, kemudahan, kemauan, dan kualitas pelayanan, sedangkan koefisien regresi negatif untuk variabel harga. Hasil regresi juga didapat koefisien determinasi (R^2) besarnya 0,775 (kontribusi pengaruh sebesar 77,5%). Hasil uji hipotesis uji t (parsial) diperoleh semua variabel bebas mempunyai penilaian $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan nilai signifikan < 0.05 dan hasil menguji F (simultan) didapat penilaian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dengan penilaian signifikan < 0.05 sehingga sangat beralasan bahwa kualitas barang, biaya, keandalan, kenyamanan, keamanan dan kualitas administrasi pada dasarnya mempengaruhi pilihan untuk membeli kaos online di aplikasi Lazada, baik sampai batas tertentu atau pada saat yang bersamaan.. Diharapkan kepada penjual dalam hal ini pelapak *online* yang menjual baju kaos dapat memperhatikan bauran pemasaran, terutama terkait dengan kualitas produk, harga, kepercayaan, kemudahan, keamanan dan kualitas pelayanan, hal ini harus didukung dengan tingkat promosi yang tinggi sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Harga, Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAJU KAOS SECARA *ONLINE***

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan inovasi yang semakin canggih, internet tampaknya telah menjadi penggunaan sehari-hari dalam kehidupan manusia dan dunia perbisnisan. Dengan kemajuan teknologi membuat adanya perubahan gaya hidup masyarakat, seperti dalam hal memenuhi kebutuhan, yang sebelum dilakukan langsung, mulai dari langsung datang ke toko, memilih barang, dan membayar, hingga baru-baru ini beralih ke belanja berbasis web. Belanja berbasis web dilakukan dengan perantara, perantara ini adalah sebagai asosiasi web, toko online atau situs bisnis internet, dan pengiriman . (Mulyadi et al., 2018).

Dengan adanya belanja online menciptakan peluang bisnis baru membuka pintu untuk beberapa pertemuan yang kemudian, pada saat itu, memanfaatkan pintu terbuka ini dengan memberikan atau membuat toko berbasis internet sebagai fitur bisnis berbasis web. (Marsela, dkk., 2020). Bisnis berbasis web adalah kerangka kerja yang dapat digunakan jika jaringan web dapat diakses, dan dapat digunakan untuk cara paling umum dalam pembelian, penjualan, penjualan, pemindahan dengan asumsi ada organisasi PC.

Salah satu aplikasi yang menyampaikan ide bisnis berbasis web adalah Lazada, Lazada Gathering adalah organisasi bisnis berbasis web Asia Tenggara yang didirikan oleh Rocket Web dan Pierre Powerful pada tahun 2012, dan dimiliki oleh Alibaba Gathering. Pada tahun 2014, Lazada Gathering bekerja di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam dan

mengumpulkan sekitar US\$647 juta dari beberapa putaran spekulasi dari para pendukung keuangannya. misalnya Tesco, Temasek Property, Poin Tertinggi Kaki Tangan, JPMorgan Pursue, Spekulasi Otot Perut Kinnevik dan Rocket Web. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada>)

Lazada sebagai salah satu aplikasi bisnis berbasis web di Asean tidak diragukan lagi mengelola kontes dari bisnis online lainnya seperti Buka, Shopee, Tokopedia, dan lainnya pada tahun 2018, CNBC Indonesia memberikan 2 peringkat bisnis Online paling agresif di Indonesia, dan Lazada berada di posisi keempat di oposisi (<https://www.cnbcindonesia.com>).

Menurut Riset Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) memparkan, menjual produk yang berbusana (fashion) paling tinggi ratingnya di e-commerce Lazada. Porsi penjualan produk busana mencapai 30% dari total transaksi. Dengan detailnya, produk busana yang dominan beli pelanggan ialah baju kaos, baju kaos sering dibeli dikarenakan bahan baju kaos sangat cocok dengan iklim yang ada di negara Indonesia, serta baju kaos tidak kaku, dan enteng. (Burhan, A. 2020)

Maka akan ada hal yang perlu diperhatikan sebelum melakukan pembelian produk baju kaos secara online di aplikasi Lazada yaitu : kualitas produk, sebagaimana dikemukakan oleh Prihatminingtyas B. (2015), kualitas adalah suatu kondisi unik yang melekat pada suatu barang, dengan demikian kualitas barang merupakan variabel penentu derajat pemenuhan dalam membeli dan menggunakan suatu barang.

Menurut Prihatminingtyas B. (2018), biaya adalah jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk kebutuhan mereka dan jumlah yang akan diperoleh organisasi.

Kepercayaan adalah dasar fundamental dari sebuah bisnis. Kesepakatan antara setidaknya dua pertemuan akan terjadi jika masing-masing saling percaya. (Rifa'i dkk., 2020).

Menurut Wardoyo dan Andini, 2017 Akomodasi adalah hal utama yang harus dilihat oleh pemasok atau vendor online. Kenyamanan ini dapat memiliki tingkat yang berbeda, bergantung pada klien atau pembeli itu sendiri, jelas pada dasarnya ada norma akomodasi yang tingkatnya sama untuk semua klien.

Seperti yang ditunjukkan oleh Aryani L. (2016) mengartikan bahwa keamanan adalah hal yang biasa diberikan oleh pengelola uang. Keamanan dapat meningkatkan akomodasi dan kepercayaan pelanggan, yang mendorong pilihan pembelian berbasis web dan dapat meningkatkan jumlah pertukaran penawaran.

Seperti yang ditunjukkan oleh Prihatminingtyas B. (2017) menyatakan bahwa kualitas bantuan adalah sarana di mana rasa hormat dan kata-kata diungkapkan dan diteruskan oleh pedagang kepada pembeli yang membeli barang-barang ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah mahasiswa, mahasiswa adalah salah satu masyarakat umum yang banyak menggunakan inovasi data dalam kehidupan sehari-hari. Akibatnya, latihan belanja berbasis web bukanlah sesuatu yang asing bagi mereka. Di tengah keterbatasan waktu yang dimiliki mahasiswa karena kesibukannya, belanja online adalah jawaban yang menghemat investasi. Akal

sehat berbelanja online berperan penting dalam mengapa hal itu sangat populer, terutama untuk pelajar.

Dari kenyataan yang digambarkan di atas, eksplorasi dipimpin karena merupakan premis pilihan pembelian pembeli. Ini adalah dasar bagi pencipta untuk mengarahkan penelitian tentang **“Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju Kaos Secara Online Di Aplikasi Lazada (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Angkatan 2018)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dari latar belakang diatas maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada?
3. Apakah kepercayaan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada?
4. Apakah kemudahan mempunyai pengaruh kepada minat beli kaos secara online di aplikasi Lazada?
5. Apakah keamanan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada?
6. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada?

7. Apakah kualitas produk, harga, kepercayaan, kemudahan, keamanan dan kualitas layanan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada?

1.3 Tujuan Penelitian

Riset berikut memiliki tujuan yang mana seperti berikut:

1. Untuk pengetahuan dan menganalisa kualitas produk mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada
2. Untuk pengetahuan dan menganalisa harga mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada
3. Untuk pengetahuan dan menganalisa kepercayaan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada
4. Untuk pengetahuan dan menganalisa kemudahan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada
5. Untuk pengetahuan dan menganalisa keamanan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada
6. Untuk pengetahuan dan menganalisa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada
7. Untuk pengetahuan dan menganalisa kualitas produk, harga, kepercayaan, kemudahan, keamanan dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh kepada minat beli baju kaos secara online di aplikasi Lazada

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat teoritis

Harapannya dari riset berikut memberikan wawasan atau ilmu yang bermanfaat pada memperbanyak pengembangan ilmu terutama tentang faktor-faktor mempunyai pengaruh kepada minat beli dalam berbelanja online.

2) Manfaat akademis

Diharapkan dari hasil riset berikut bisa menjadi bahan acuan maupun referensi bagi mahasiswa untuk kajian penelitian selanjutnya.

3) Manfaat praktis

Dari Hasil riset secara praktis harapannya bisa menyumbangkan pola pemikiran dan menjadi bahan yang dipertimbangkan dan masukan bagi calon pembeli dalam berbelanja online di aplikasi Lazada.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, L. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Di Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 3(1), 39-52.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>.
- Anggreini, R. D., & Suparwati, S. (2020). Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 11(01).
- Arpizal. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Bisnis Online. *Jurnal Riset Dan Pengembangan Ekonomi Islam*, 0117, 23–50.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Ades Pt. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Burhan, Ahmad Fahmi. 2020 "Riset KIC-Kredivo: Produk Busana Paling Laris di ECommerce", <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f297aa120d79/riset-kic-kredivo-produk-busana-paling-laris-di-e-commerce>, diakses pada 04 Agustus 2020 pukul 16 : 31
- Cahyaningrum, R., Hidayat, A., & Sutopo, S. (2018). Analisis Pemahaman Konsep Fisika Mahasiswa Pada Materi Induksi Elektromagnetik. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(10), 1383-1390.
- Eqqi Syahputra. Perang E-Commerce Shopee, Tokopedia & Lazada, Siapa Juaranya? CNBC Indonesia. Published June 5, 2022. Accessed August 30, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220605111737-37-344437/Perang-E-Commerce-Shopee-Tokopedia-Lazada-Sa-Juaranya>
- Hikmawati, K. A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu Simpati Di Grapari Telkomsel Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 37(2).
- Hurriyati, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Cyberloafing Pada Pegawai Negeri Dinas Pekerjaan Umum Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 75–85. [Http://Journal.Binadarma.Ac.Id/Index.Php/Jurnalpsyche/Article/View/40](http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalpsyche/article/view/40)
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019, October). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I

FEB UMSU). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 128-137).

- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85-94.
- Muslim, I., Halim, A., & Safitri, R. (2015). Penerapan Model Pembelajaran PBL Untuk Meningkatkan Penguasaan Konsep Dan Keterampilan Berpikir Kritis Siswa Pada Konsep Elastisitas Dan Hukum Hooke Di SMA Negeri Unggul Harapan Persada. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia*, 3(2), 35-50.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian di toko online Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 15(2), 87-94.
- Marsella, A., Indah, D. R., & Putra, A. (2020). *Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Pada Toko Istana Firdaus Palembang* (Doctoral Dissertation, Sriwijaya University).
- Nurmadina, N. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Fashion Online Di Kota Makassar)* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Prihatminingyan, B., & Imansyah. (2015). JISIP : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Email : retta111171@gmail.com ; imanprasta248@gmail.com Berbisnis sekarang semakin lama semakin sengit , berbagai perusahaan bekerja keras agar tetap bisa bersa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 175–180.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)* (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Prihatminingtiya B. (2017). Meningkatkan Kualitas Makanan Dan Minuman Di Universitas Tribhuwana Tungadewi. 23-24 November e-ISSN 2613-9804 p- ISSN 2477-3638 Volum 2,1. <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/3564>.
- Prihatminingtyas, B., & Setyowati, P. B. (2018, October). Pengembangan pasar tradisional di kota malang. In *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)* (Vol. 1, No. 1, pp. 101-109).
- Prihatmingtyas B. (2019). *Etika bisnis suatu pendekatan dan aplikasinya terhadap stakeholder*. Malang: CV IRDH. ISBN 976-602-0726-47-2. Email: buku.irdh@gmail.com.

- Putri, G. E., & Ratih, A. E. (2020). Tren Busana Di Era New Normal: Literature Review. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 15(1).
- Rifa'i, M., Yati, W., & Susanti, R. A. D. (2020). Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 61-72.
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal Of Management Science (JMS)*, 2(1), 41-60.
- Situs Belanja Daring Singapura. Wikipedia.Org. Published October 17, 2018. Accessed August 30, 2022. <https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada>
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang*. JAMSWAP, 4(4), 17-25.
- Salmah, R., & Hakim, L. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798-805.
- Trisnawati, E., Sembel, R., & Gunawan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Manajer Pajak Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Etika Machiavellian Sebagai Pemediasi. *Jurnal Ekonomi*, 22(3).
- Utami, A. R. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada Pada Mahasiswa Di Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 19(1), 12-26.