

Hendratus Bano

by UNITRI Press

Submission date: 11-Sep-2022 08:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 1896723874

File name: Hendratus_Bano.docx (152.4K)

Word count: 1286

Character count: 8257

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

RINGKASAN

Seiring dengan perkembangan inovasi yang semakin canggih, internet tampaknya telah menjadi penggunaan sehari-hari dalam kehidupan manusia dan dunia perbisnis, seperti belanja *online*. Riset berikut memiliki tujuan sebagai pengetahuan dampak kualitas produk, harga, kepercayaan, kemudahan, 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, kemanaan, 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*

BABI

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 Prihatminingtiyas 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 Tungadewi 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?

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

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.

Hendratius Bano

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|--|----|
| 1 | Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper | 5% |
| 2 | Submitted to Ciputra University Student Paper | 3% |
| 3 | Submitted to Universitas Jenderal Achmad Yani Student Paper | 2% |
| 4 | katadata.co.id Internet Source | 2% |
| 5 | id.123dok.com Internet Source | 1% |
| 6 | Submitted to University of South Alabama Student Paper | 1% |
| 7 | studylibid.com Internet Source | 1% |

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

