

**ANALISIS PENGARUH KEAMANAN KONSUMEN
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPERCAYAAN MEREK PADA MAHASISWA
PENGGUNA LAZADA.CO.ID DI FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS BHAYANGKARA
JAKARTA RAYA**

SKRIPSI

Oleh :

Dwiana Febriani

201410325135



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Keamanan Konsumen dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepercayaan Merek Pada Mahasiswa Pengguna Lazada.co.id di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nama Mahasiswa : Dwiana Febriani

Nomor Induk Mahasiswa : 201410325135

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2018

Bekasi, 24 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M.

NIP. 0801130

Don Haidy Abel, S.T., MBA&E

NIP. 031611058

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Keamanan Konsumen dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepercayaan Merek Pada Mahasiswa Pengguna Lazada.co.id di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nama Mahasiswa : Dwiana Febriani

Nomor Induk Mahasiswa : 201410325135

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2018

Bekasi, 24 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dra. Rini wijayaningsih, M.M
NIP : 031702066

Penguji I : Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M
NIP : 0801130

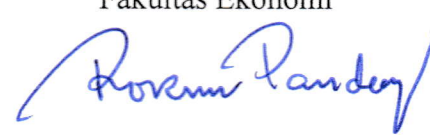
Penguji II : Eri Bukhari, S.E., M.T
NIP : 031503026

MENYETUJUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


M.Fadhli Nursal S.E.,M.M.
NIP. 1602212

Dekan
Fakultas Ekonomi


Dr. Rorim Panday. M.M.,M.T.
NIP.1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh Keamanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepercayaan Merek Pada Mahasiswa Pengguna Lazada.co.id di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

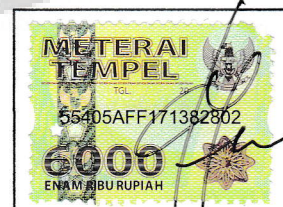
Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 24 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



Dwiana Febrani

201410325135

ABSTRAK

Dwiana Febriani. 201410325135. Analisis Pengaruh Keamanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepercayaan Merek Pada Mahasiswa Pengguna Lazada.co.id di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan dan *word of mouth* terhadap kepercayaan merek. Penelitian ini merupakan penelitian survey menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* untuk mengukur semua konstruksi. Kuesioner dibagikan kepada 100 mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Kampus Bekasi. Teknik pengambilan sampling menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pengguna Lazada.co.id di Bekasi yang pernah membeli secara online di Lazada.co.id. teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi linier berganda dan data diolah menggunakan program SPSS versi 17 untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepercayaan merek, dibuktikan dari nilai thitung sebesar 7,213 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,496 dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepercayaan merek, dibuktikan dari nilai thitung sebesar 6,566 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,458. Keamanan dan *word of mouth* juga berpengaruh secara simultan dengan memiliki nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($272.173 > 3,09$).

Kata Kunci : Keamanan, *Word of Mouth*, Kepercayaan Merek

ABSTRACT

Dwiana Febriani. 201410325135. Analysis of the Influence of Security and Word of Mouth on Brand Trust on Students of Lazada.co.id at Faculty of Economics Bhayangkara University of Jakarta Raya.

This study aims to determine the effect of security and word of mouth on brand trust. This research is a survey research using questionnaires with Likert scale to measure all construction. The questionnaires were distributed to 100 students of Management Faculty of Economics, Bhayangkara University, Bekasi Campus. Sampling technique using purposive sampling with user criteria Lazada.co, id in Bekasi who had bought online at Lazada.co.id. data analysis techniques in this study by using multiple linear regression and data processed using SPSS program version 17 to test the hypothesis. The results of this study indicate that the safety effect significantly positive to brand trust, evidenced from the value of t count of 7.213 with a significance value of $0.000 < 0.05$ and the regression coefficient has a positive value of 0.496 and word of mouth have a significantly positive effect on brand trust, of the tcount of 6.566 with a significance value of $0.000 < 0.05$ and the regression coefficient has a positive value of 0.458. Security and word of mouth also influence simultaneously with having Fcount value greater than Ftable ($272.173 > 3.09$).

Keywords: Security, Word of Mouth, Brand Trust



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Keamanan dan *Word of Mouth* Terhadap Kepercayaan Merek pada Mahasiswa Pengguna Lazada.co.id di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam menyelesaikan Skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H.,M.M. Selaku Rektor universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Rorim Panday. M.M.,M.T. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M.Fadhli Nursal S.E,M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ery Teguh Prasetyo S.E.,M.M. selaku pembimbing I dan Bapak Don Haidy Abel , S.T., MBA&E. selaku pembimbing II yang selalu memberikan dorongan dan arahan kepada penulis.
5. Adi Wibowo Noor F,.,S.Kom.,MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membimbing penulis dalam menyusun Skripsi ini.
6. Ayah, Ibu dan keluarga tercinta atas kesabaran, pengorbanan, do'a dan ketabahan hati sekaligus memberikan semangat yang tiada henti selama penulis menempuh studi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Sahabat Terbaik Wika, Olin, Vica, Mifrohatul, Putri, Niken, Nanda, Nia, Ka Adit, dan Ka Apri yang selalu memberikan semangat yang tiada henti.
8. Teman-teman Kelas Manajemen A2 angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala kepercayaan, kenyamanan dan semangatnya selama menempuh studi bersama di Kelas Manajemen A2

serta teman-teman Kelas Konsentrasi Manajemen Pemasaran atas segala kenyamanan, motivasi serta masukan dalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat terutama bagi pembaca dan penulis sendiri.

Bekasi, Juni 2018

Dwiana Febriani



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Kepercayaan Merek	11
2.1.2 Keamanan.....	20
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	23

2.2 Penelitian yang Relavan	28
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Tahapan Penelitian	32
3.3 Model Konseptual Penelitian	34
3.4 Operasional Variabel.....	34
3.5 Instrumen Penelitian.....	35
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.6.1 Waktu Penelitian	36
3.6.2 Tempat Penelitian	36
3.7 Metode Penarikan Sampel	36
3.7.1 Populasi dan Sampel	36
3.7.2 Teknik Penarikan Sampel	37
3.8 Metode Pengumpulan Data	37
3.8.1 Jenis dan Sumber Data	37
3.8.2 Kuesioner	37
3.9 Uji Validitas	39
3.10 Uji Realibilitas	40
3.11 Metode Analisis Data (Uji Asumsi Klasik)	40
3.11.1 Uji Normalitas	41
3.11.2 Uji Multikolinieritas	41
3.11.3 Uji Heterokedasitas	41
3.11.4 Uji Autokorelasi	42

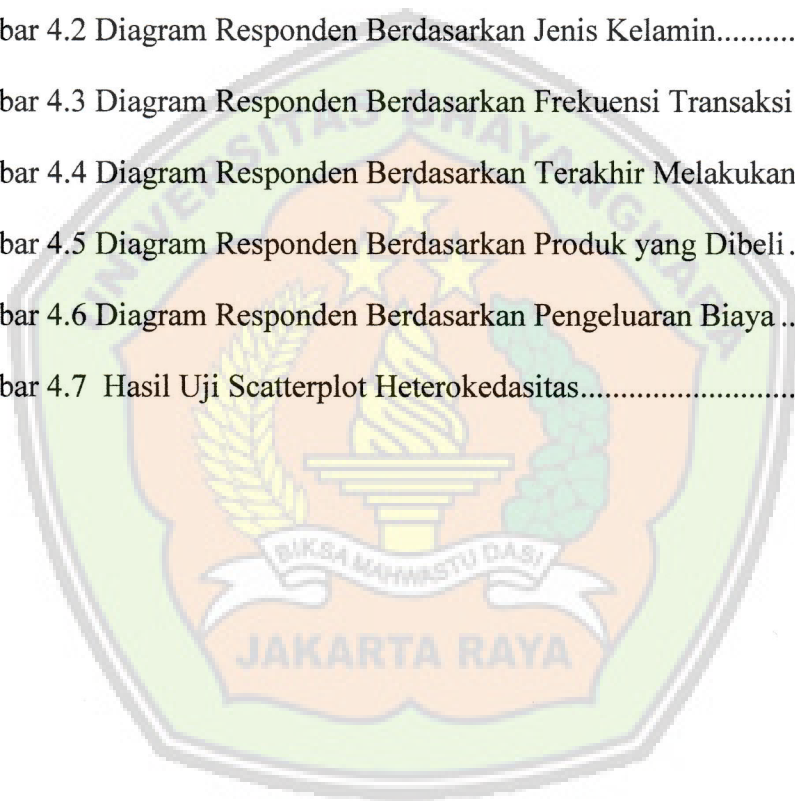
3.12 Uji Regresi Linier Berganda	42
3.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.14 Uji Hipotesis	43
3.14.1 Uji t (Parsial)	43
3.14.2 Uji F (Simultan)	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Profil Perusahaan	45
4.1.1 Sejarah Perusahaan	45
4.1.2 Visi dan Misi	46
4.2 Analisis Data	47
4.2.1 Deskripsi Responden	47
4.3 Hasil Analisis Data	54
4.3.1 Uji Validitas	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	56
4.4 Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1 Uji Normalitas	56
4.4.2 Uji Multikolinieritas	58
4.4.3 Uji Heterokedasitas	59
4.4.4 Uji Autokorelasi	60
4.5 Uji Regresi Linier Berganda	60
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.7 Uji Hipotesis	63
4.7.1 Uji Parsial (Uji-t)	63
4.7.2 Uji Simultan (Uji-f)	64
4.8 Pembahasan	65

4.8.1 Keamanan terhadap Kepercayaan Merek.....	65
4.8.2 <i>Word of Mouth</i> terhadap Kepercayaan Merek	66
4.8.3 Keamanan dan Word of Mouth terhadap Kepercayaan Merek	67
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Implikasi Manajerial	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Top 20 Negara Pengguna Internet.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	34
Gambar 3.2 Model Konseptual	34
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi	50
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Terakhir Melakukan Transaksi ...	51
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	52
Gambar 4.6 Diagram Responden Berdasarkan Pengeluaran Biaya	53
Gambar 4.7 Hasil Uji Scatterplot Heterokedasitas.....	59



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Lazada	4
Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya	28
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Pengisian Kuesioner.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Dalam Transaksi	50
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Terakhir Melakukan Transaksi.....	51
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Produk Yang Dibeli.....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Biaya.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keamanan.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	63
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	65

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
2. Lampiran 2 Tabulasi Data Responden
3. Lampiran 3 Frequency Identitas Responden
4. Lampiran 4 Uji Kualitas Responden
5. Lampiran 5 Uji Hipotesis dan Analisis Data
6. Lampiran 6 Tabel t
7. Lampiran 7 Tabel f
8. Lampiran 8 Tabel Dw
9. Lampiran 9 Surat Riset Penelitian
10. Lampiran 10 Uji Plagiarisme
11. Lampiran 11 Uji Referensi

