

**PENGARUH PRIVASI, IKLAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN
APLIKASI LAZADA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNMUH PONOROGO ANGKATAN 2018)**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Riyantika Dwinawangsari

NIM. : 18414881

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

**PENGARUH PRIVASI, IKLAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
PENGUNAAN APLIKASI LAZADA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNMUH PONOROGO ANGKATAN 2018)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh gelar sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Sumber Daya Manusia Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Riyantika Dwinawangsari

NIM : 18414881

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

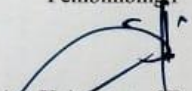
HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Privasi, Iklan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unmuh Ponorogo Angkatan 2018)
Nama : Riyantika Dwinawangsari
Nim : 18414881
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 10Oktober1998
Program Studi : Manajemen

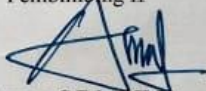
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Januari 2023

Pembimbing I


Naning Kristiyana, SE., MM.
NIDN. 0721117501


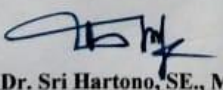
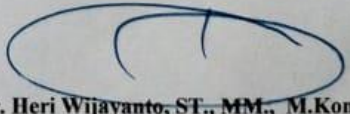
Pembimbing II


Riawan, S.Pd., MM.
NIDN. 0705128502

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si.
NIP. 19760508 200501 1002

Dosen Penguji


Naning Kristiyana, SE., MM. 
Dr. Sri Hartono, SE., MM 
Dr. Heri Wijavanto, ST., MM., M.Kom.
NIDN. 0721117501 NIDN. 0730127102 NIDN. 0025057401

MOTTO

“Belajar dari kesalahan, berhenti menyalahkan segalanya, nikmati dan hargai perubahan dalam setiap langkah kehidupan.
Because, it's impossible if everything will be flawless.”

(Riyantika Dwinawangsari)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan Ridho-Nya, skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai. Dengan ini akan kupersembahkan skripsi ini kepada:

Nabi Muhammad SAW sebagai panutan umat muslim yang penuh dengan kemuliaan dan ketaatan kepada Allah SWT, sehingga dapat memotivasi tentang kehidupan dan mengajari arti hidup melalui sunnahnya.

Ibuku tercinta dan tersayang Sri Suminingsih yang selalu memberikanku kekuatan, ketenangan, kenyamanan, motivasi, do'a terbaiknya hingga menyisihkan finansialnya dari aku SD sampai Kuliah sehingga aku bisa menyelesaikan studi ku.

Suamiku dan Anakku Aditya Yose Pratama (Suami) dan Agra Rafailah Pratama (Anak) karena kalian berdua hidup terasa lebih bermakna. Terimakasih telah mengisi duniaku dengan begitu banyak kebahagiaan, terimakasih atas semua cinta yang telah kalian berikan.

Dengan adanya kalian, aku sebagai istri dan ibu banyak belajar tentang kehidupan yang sebelumnya belum pernah aku alami dan rasakan.

Orang-orang terdekatku Nenek (Sariyem), Bulik (Konipah), Paklik (Kateni), Kakak (Yusuf), Kakak ipar (Sherlyn), Bapak (Slamet Riyadi), Bapak Sambung (Supriyadi), dan kedua Mertuaku (Bapak Agus & Ibu Wiwi) yang selalu memberiku dukungan penuh atas apa yang aku lakukan. Kalian orang-orang yang selalu bisa aku andalkan disaat aku merasa dunia ini kejam. Terutama untuk Paklik, Bulik dan Nenek terimakasih telah mendidikku mulai dari kecil hingga aku tumbuh dewasa seperti ini, aku tidak akan menjadi wanita yang kuat tanpa dukungan kalian.

Teman-temanku (Dini,Dian dan Andra) Terimakasih sekian tahun kalian berteman denganku, memberiku semangat disaat aku merasa dunia begitu hancur. Terimakasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan disaat aku membutuhkannya. Terimakasih sudah menjadi temanku.

(Riyantika Dwinawangsari)

RINGKASAN

Pada kegiatan berbelanja *online*, konsumen hanya perlu mencari barang yang dibutuhkan dengan mengunjungi *webstore* atau toko *online*, memilih barang yang dicari, melakukan pembayaran, kemudian barang yang dipesan akan dikirim setelah penjual menerima bukti pembayaran (Meskaran, Ismail & Shanmugam, 2013). Karena kemudahan dan proses yang tidak membutuhkan waktu lama tersebut, kepercayaan untuk melakukan *online shopping* dari tahun ke tahun semakin diminati oleh masyarakat sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan. Lazada merupakan salah satu aplikasi belanja *online* yang sering digunakan masyarakat termasuk mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang dapat dihitung berupa angka-angka. Penelitian dengan metode kuantitatif ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Privasi, Iklan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Lazada Pada Mahasiswa Unmuh Ponorogo Angkatan 2018. Analisis data penulis lakukan diawali dengan pengumpulan dan pengolahan data berupa kuesioner tertutup dengan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 1 sampai dengan 5 pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Privasi (X_1), Iklan (X_2), dan Kepercayaan (X_3) maupun Penggunaan Aplikasi Lazada (Y). Berdasarkan hasil pembahasan sesuai dengan data yang dikelola dengan model analisis regresi linear berganda disimpulkan bahwa; Berdasarkan hasil uji t variabel independen Privasi, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,233 > 1,990$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh Privasi terhadap Penggunaan Aplikasi Lazada. Iklan, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,255 > 1,990$) maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh Iklan terhadap Penggunaan Aplikasi Lazada. Kepercayaan, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,256 > 1,990$) maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Lazada. Sementara berdasarkan hasil uji F variabel dependen Keputusan Pembelian, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17,989 > 2,72$) maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh Privasi, Iklan dan Kepercayaan secara bersama-sama/simultan terhadap Penggunaan Aplikasi Lazada.

Key Word: Privasi, Iklan, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi Lazada

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan izin dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: *Pengaruh Privasi, Iklan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unmuh Ponorogo Angkatan 2018)*.

Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. H. Happy Susanto, MA., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, SE MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Naning Kristiyana, SE., MM., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan kesabaran dalam memberikan pengarahan serta bimbingan kepada penulis.
5. Riawan, S.Pd.,MM., selaku pembimbing II yang telah mengarahkan penulis.
6. Orang Tuaku dan keluarga tercinta, yang selalu mengiringi langkahku dengan do'a dan semangat yang tak pernah pupus.
7. Untuk teman, sahabat dan kerabat dan semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah turut bersusah payah dalam memberikan bantuan, terimakasih untuk do'anya. Tanpa do'a kalian aku tidak mungkin akan seperti ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ponorogo, Januari 2023

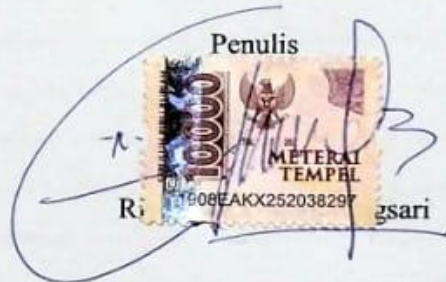
Penulis

Riyantika Dwinawangsari

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya penulis sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Januari 2023

Penulis

Ri gsari

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Motto.....	iii
Persembahan	iv
Ringkasan.....	v
Kata Pengantar	vi
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Bagan	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Relevan	41
C. Kerangka Pemikiran	43
D. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Wilayah Penelitian	50
B. Jenis Penelitian.....	50
C. Populasi dan Sampel	50
D. Jenis dan Sumber Data.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	53
G. Teknik Analisis Data.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Profil Lazada	64
B. Hasil Penelitian	66
C. Analisis Data	73
D. Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian yang relevan	42
Tabel 3.1	Bobot Nilai Setiap Pernyataan.....	57
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.2	Usia Responden	67
Tabel 4.3	Penghasilan Responden	67
Tabel 4.4	Penggunaan Aplikasi Lazada	68
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Variabel Privasi	69
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Variabel Iklan	70
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan	71
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Variabel Penggunaan Aplikasi Lazada	72
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	73
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	74
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.12	Hasil Analisis Korelasi Berganda	77
Tabel 4.13	Kriteria Penilaian Korelasi Berganda	77
Tabel 4.14	Hasil Analisis Korelasi Berganda	78
Tabel 4.15	Hasil Uji t Privasi.....	80
Tabel 4.16	Hasil Uji t Iklan	81
Tabel 4.17	Hasil Uji t Kepercayaan	82
Tabel 4.18	Hasil Uji F	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	29
Gambar 2.2	Faktor Determinan di Sekitar Konsumen	29
Gambar 4.1	Daerah Penentuan Hipotesis Uji t	79
Gambar 4.2	Daerah Penentuan Pengaruh Privasi	80
Gambar 4.3	Daerah Penentuan Pengaruh Iklan	82
Gambar 4.4	Daerah Penentuan Pengaruh Kepercayaan	83
Gambar 4.5	Daerah penentuan Hipotesis Uji F.....	84
Gambar 4.6	Daerah Penentuan Pengaruh Privasi, Iklan dan	
Gambar 4.4	Kepercayaan	85

