

**PENGARUH SUASANA WEB DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUASAN ATAS WEB DAN DAMPAKNYA PADA NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN PADA LAZADA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

**AINUR ROFIQ
2014210533**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**PENGARUH SUASANA WEB DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUASAN ATAS WEB DAN DAMPAKNYA PADA NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN PADA LAZADA
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**AINUR ROFIQ
NIM : 2014210533**

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen pembimbing
Tanggal.....


(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani Psi., MM)

SKRIPSI

PENGARUH SUASANA WEB DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUASAN ATAS WEB DAN DAMPAKNYA PADA NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN PADA LAZADA
DI SURABAYA

Disusun oleh

AINUR ROFIQ
NIM : 2014210533

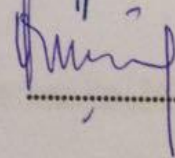
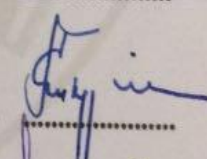
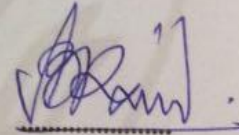
Dipertahankan didepan Tim Penguji
Dan di nyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal

Tim Penguji

Ketua : (Dr. Basuki Rachmat, S.E.,M.M)

Sekretaris : (Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani Psi., MM)

Anggota : (Dra. Lindiawati M.M.)



Motto

***Puncak kemerdekaan
adalah pengetahuan tentang
batas***

- EMHA AINUN NADJIB -



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Atas berkat rahmat serta kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Suasana Web Dan Keamanan Terhadap Kepuasan atas Web Dan Berdampak Pada Niat Pembelian Konsumen Lazada Di Surabaya, ” tepat pada waktunya. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapat hambatan dalam menyelesaikannya, akan tetapi datangnya bantuan dan bimbingan dari Dosen Pembimbing, hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik, dan pada kesempatan ini peneliti dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani Psi., MM. selaku dosen pembimbing
2. Lutfi S.E., M.Fin. selaku dosen wali
3. Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Program Sarjana manajemen
4. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas yang telah memberi banyak pembelajaran yang sangat bermanfaat

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 17 April 2018

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Batasan Penelitian.....	29
3.3 Identifikasi Variabel.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6 Instrumen Penelitian.....	35
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	37
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	44
4.1 Gambaran subyek penelitian.....	44
4.2 Analisis data.....	48
4.3 Pembahasan.....	67

BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Keterbatasan Penelitian	74
5.3 Saran.....	74

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

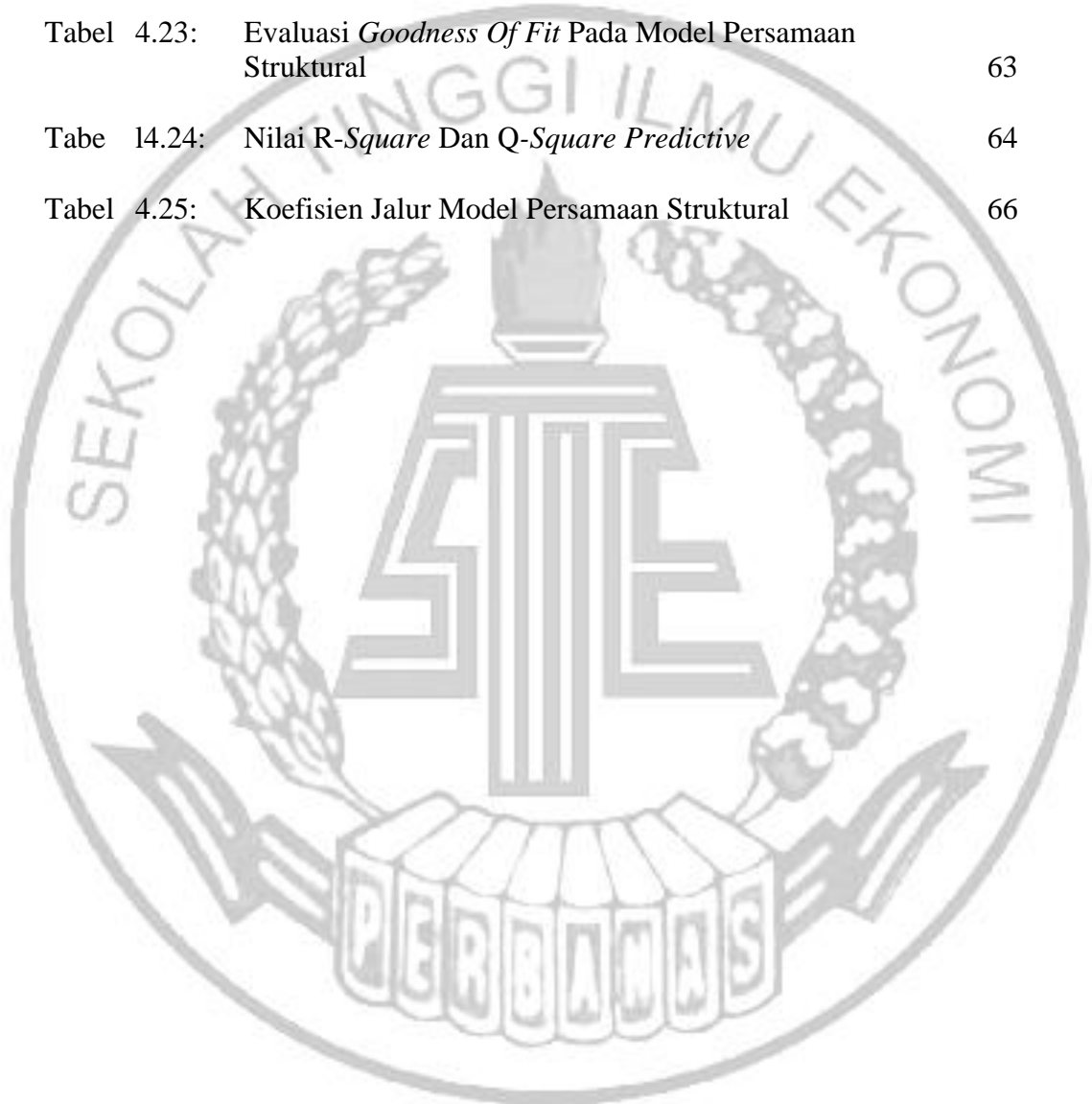


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Data Penjualan <i>E-Commerce</i> Negara-Negara Asia-Pacifik (eMarketer, 2018)	1
Tabel 2.2 : Matrik Penelitian	14
Table 3.3 : Kisi-Kisi Pernyataan Kuesioner	35
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status	45
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.9 : Kelas Interval	49
Tabel 4.10: Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Informasi Web	49
Tabel 4.11: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Hiburan Web	50
Tabel 4.12: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Efektifitas Informasi Konten	51
Tabel 4.13: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Navigasi	52
Tabel 4.14: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan	53
Tabel 4.15: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Atas Web	54
Tabel 4.16: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian	55
Tabel 4.17: Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	56
Tabel 4.18: <i>Avarage Variance Extarted (AVE)</i> Sampel Kecil	58
Tabel 4.19: Tabel <i>Composite Relibility</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	59

Sampel Kecil

Tabel 4.20:	Tabel Hasil Validitas	60
Tabel 4.21:	<i>Avarage Variance Extarted (AVE)</i>	61
Tabel 4.22:	Tabel <i>Composite Relibility</i> Dan <i>Cronbach Alpha</i>	62
Tabel 4.23:	Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Pada Model Persamaan Struktural	63
Tabe 14.24:	Nilai <i>R-Square</i> Dan <i>Q-Square Predictive</i>	64
Tabel 4.25:	Koefisien Jalur Model Persamaan Struktural	66



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar1.2 : Jumlah Pengunjung <i>E-commerce</i> Di Indonesia Tahun 20172	2
Gambar2.2 : Kerangka Pemikiran Jurnal Effects Of Online Shopping Values And Website On Purchase Behavior: A Study Using S-O-R Framework	9
Gambar2.3 : Kerangka Jurnal The Impact Of Website Designing Factors On Online Purchase Intention : Evidence From Fashion Brand	11
Gambar 2.4 : Impact of Online Store Atmosphere, Customized Information and Customer Satisfaction on Online Repurchase Intention	13
Gambar2.5 : Pengaruh Suasana Web. Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Atas Web Dan Berdampak Pada Niat Pembelian Konsumen Lazada di Surabaya	26
Gambar 4.5 : Hasil Etimasi Model	65

DAFTAR LAMPIRAN

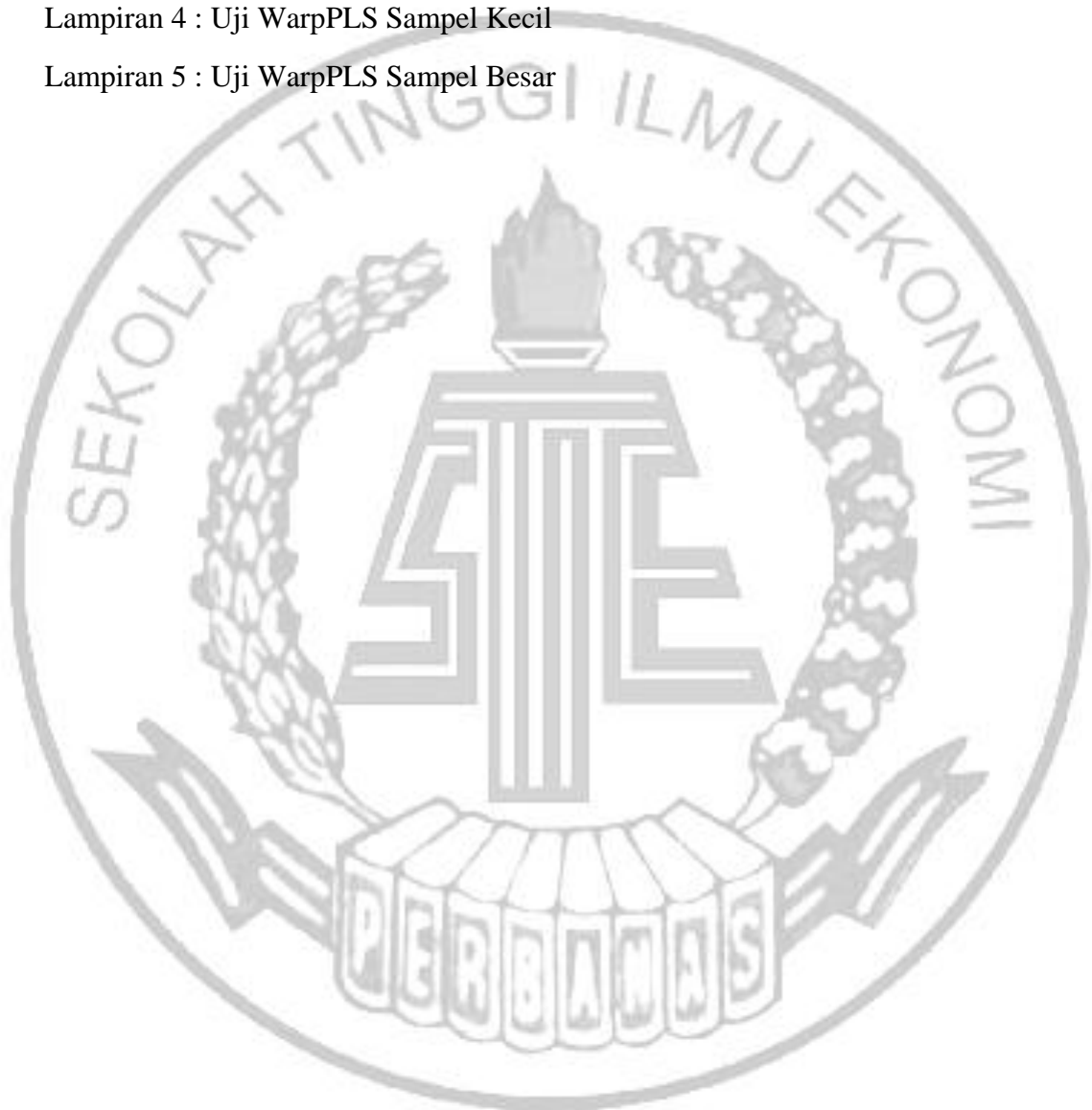
Lampiran 1 : Keusioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Uji SPSS

Lampiran 4 : Uji WarpPLS Sampel Kecil

Lampiran 5 : Uji WarpPLS Sampel Besar



**THE EFFECT OF THE WEB ATMOSPHERE AND SECURITY ON
SATISFACTION ON THE WEB AND THE IMPACT ON THE
INTENTION CONSUMER PURCHASE IN LAZADA
IN SURABAYA**

Ainur Rofiq

email: 2014210533@students.perbanas.ac.id

STIE Perbanas Surabaya

Ds. Simoketawang,

Wonoayu, Sidoarjo

Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of web atmosphere and security on web satisfaction and its impact on consumer purchase intentions Lazada in Surabaya. The research used Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis technique. The questionnaire was filled in by respondents who had visited the lazada website in Surabaya. The results of this study that the results of this study show that Web Information, Web Entertainment, Effectiveness of Content Information, Navigation and Security have a significant influence on Web Satisfaction. Web Satisfaction also has a significant effect on Purchase Intention

Keywords: web atmosphere, web satisfaction and purchase intention

**PENGARUH SUASANA WEB DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUASAN ATAS WEB DAN DAMPAKNYA PADA NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN PADA LAZADA
DI SURABAYA**

Ainur Rofiq

email: 2014210533@students.perbanas.ac.id

STIE Perbanas Surabaya

Ds. Simoketawang,

Wonoayu, Sidoarjo

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atmosfer web dan keamanan terhadap kepuasan web dan dampaknya terhadap niat beli konsumen Lazada di Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Kuesioner diisi oleh responden yang pernah mengunjungi situs web lazada di Surabaya. Hasil dari penelitian ini bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi Web, Hiburan Web, Efektivitas Informasi Konten, Navigasi dan Keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Web. Kepuasan Web juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Pembelian

Kata kunci: atmosfer web, kepuasan web, dan niat membeli