

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *WHITELAB* SECARA  
*ONLINE* DI APLIKASI LAZADA**

**TUGAS AKHIR**

Oleh :

**Nina Elisa Dewi Arivanti**

**193402516164**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL JAKARTA  
2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *WHITELAB* SECARA  
*ONLINE* DI APLIKASI LAZADA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

**Nina Elisa Dewi Arivanti**

**193402516164**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *WHITELAB*  
SECARA *ONLINE* DI APLIKASI LAZADA.**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Selain data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



Jakarta, 5 Februari 2023



Nina Elisa Dewi Ariyanti

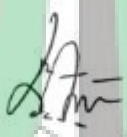
NPM : 193402516164

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WHITELAB SECARA ONLINE DI APLIKASI LAZADA

Nama : Nina Elisa Dewi Ariyanti  
NPM : 193402516164  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Pembimbing : Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

  
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Jakarta, Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
WHITELAB SECARA ONLINE DI APLIKASI  
LAZADA

Nama Mahasiswa : Nina Elisa Dewi Ariyanti  
Nomor Pokok : 193402516164  
Program Studi : Manajemen

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

  
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Ketua Penguji. Anggota/Penguji

  
(Dr. I Made Adnyana, S.E., M.M.)

  
(Dr. Irma Setyawati S, S.E., M.M)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
(Kumba Digdowise, S.E., M.App.Ec, Ph.D)

Tanggal Ujian: Februari 2023 Tanggal Lulus: Februari 2023

## ABSTRAK

### **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *WHITELAB* SECARA *ONLINE* DI APLIKASI LAZADA**

Oleh :

Nina Elisa Dewi Ariyanti

NPM : 193402516164

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *Whitelab* di situs web aplikasi Lazada. Data untuk Data primer digunakan dalam penelitian ini berupa 100 orang responden dalam kuesioner responden produk *Whitelab*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini SPSS versi 26 yang digunakan dalam analisis penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, keputusan pembelian untuk membeli produk *Whitelab* dipengaruhi positif dan signifikan yang dipengaruhi oleh kepercayaan, kemudahan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan meningkat jika *Whitelab* meningkatkan kepercayaan, kemudahan, dan persepsi harga akan meningkat. Nilai Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,616 yang menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan persepsi harga memberikan kontribusi 61,6% terhadap keputusan pembelian produk *Whitelab*, sedangkan sisanya variabel lain yang belum diteliti berpengaruh sebesar 38,4%.

**Kata Kunci** : Kepercayaan, Kemudahan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, *Whitelab*, Lazada

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF TRUST, CONVENIENCE, AND PRICE PERCEPTIONS ON PURCHASING DECISIONS FOR WHITELAB PRODUCTS ONLINE IN THE LAZADA APPLICATION***

By :

*Nina Elisa Dewi Ariyanti*

*NPM : 193402516164*

*Thesis, under guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.*

*The purpose of this study is to investigate how consumers' perceptions of trust, convenience, and price influence their decisions to buy Whitelab products online through the Lazada app. In order to collect this study's data, questionnaires were distributed to 100 Whitelab product users. This study utilized SPSS version 26 for multiple linear regression analysis.*

*The finding demonstrated that perceptions of price, convenience, and trust have a positive and significant impact on decisions to purchase Whitelab products. This indicates that Whitelab will increase purchasing decisions if it influences trust, convenience, and price perception. The coefficient of determination (Adjusted R Square) value of 0.616 indicates that the factors trust influence, convenience, and price perception contribute 61.6 %to the decision to purchase Whitelab products, while other factors that were not examined influence 38.4%.*

**Keywords** : *Trust, Convenience, Price Perception, Purchase Decision, Whitelab, Lazada*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

Nama : Nina Elisa Dewi Ariyanti  
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 21 Desember 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Kelapa Dua Wetan RT 009 RW 008, Ciracas,  
Jakarta Timur  
No. Handphone : 087897422151  
Status : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Email : [ninaelisa90@gmail.com](mailto:ninaelisa90@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SDN Cibubur 06 Petang  
2013 – 2016 : MTS Ar Rahma  
2016 – 2019 : SMK Mardi Bakti  
2019 – 2023 : Universitas Nasional, Jakarta Selatan



Jakarta, 2023

Nina Elisa Dewi Ariyanti



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah SWT. Karena berkat rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab Secara Online Di Aplikasi Lazada”. Untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada suatu pada program studi Manajemen Falkutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional tugas akhir ini disusun.

Dengan terselesaikannya tugas akhir ini, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak- pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi, maupun proses pendidikan saya hingga saat ini diantaranya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Mr. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Falkutas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Falkutas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Falkutas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap kesulitan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen pengajar Falkutas Ekonomi dan Universitas Nasional yang tidak penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan sampai saat ini.
7. Staf Administrasi dan Sekretariat Falkutas Ekonomi dan Bisnis dan Bisnis yang turut membantu kelancaran penyusunan proposal ini.

8. Kedua orang tua saya, Bapak Kariyanto dan Ibu Siti Listiyowati yang selalu memotivasi, perhatian, kesabaran, dan memberikan dukungan baik moril maupun materil, serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
9. Kepada teman seperjuangan Irma, Klaudia, dan Lulu yang telah berjuang bersama dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman Affifah dan Sindi yang terus memberikan do'a dan semangat sehingga skripsi ini terselesaikan.
11. Teman-teman Manajemen Universitas Nasional atas kebersamaan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.



Jakarta, Februari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nina Elisa Dewi Ariyanti', is written over the logo area.

Nina Elisa Dewi Ariyanti

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>HALAMAN ABSTRAK</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
A. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	5
1. Manajemen Pemasaran.....	5
2. Pengaruh Kepercayaan .....	7
3. Kemudahan .....	8
4. Persepsi Harga.....	10
5. Keputusan Pembelian.....	14
B. Keterkaitan Antar Variabel .....	17
1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian ....	17
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	18
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Dengan Rujukan Penelitian .....	18
D. Kerangka Analisis.....	21
E. Hipotesis.....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Objek Penelitian.....	24
B. Data Penelitian.....	24
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	24
2. Populasi dan Sampel .....	24
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	26
C. Jenis Variabel Yang Digunakan.....	27
D. Definisi Operasional .....	27
E. Metode Analisis .....	29
1. Metode Analisis Destriptif .....	29
2. Metode Analisis Inferensial .....	30
3. Metode Analisis Regresi Liner Berganda .....	30
F. Uji Instrument.....	31
1. Uji Validitas .....	31
2. Uji Reliabilitas .....	31
G. Asumsi Klasik.....	31
1. Uji Normalitas.....	31
2. Uji Multikolonieritas.....	32
3. Uji Autokolerasi .....	32
4. Uji Heteroskedastisitas.....	32
H. Uji Kelayakan Model.....	32
1. Uji Koefisien Determinasi.....	33
2. Uji F .....	33
I. Uji Hipotesis.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Hasil Penelitian .....	35
1. Deskripsi Data Penelitian .....	35
2. Deskripsi Responden .....	35
3. Analisis Deskripsi .....	41
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	44
B. Pembahasan .....	57

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	60

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan di Lazada 2021.....	02
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sesuai Dengan Rujukan.....	19
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	28
Tabel 4.1 Hasil Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Hasil Distribusi Frekuensi Usia .....	37
Tabel 4.3 Hasil Distribusi Frekuensi Jenis Pekerjaan.....	38
Tabel 4.4 Hasil Distribusi Frekuensi Pendapatan .....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Produk Whitelab .....	40
Tabel 4.6 Instrument Skala Likert.....	41
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ).....	42
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan ( $X_2$ ) .....	42
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga ( $X_3$ ).....	43
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ) .....	45
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kemudahan ( $X_2$ ) .....	46
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga ( $X_3$ ) .....	47
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), Persepsi Harga ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4.19 Hasil Regresi Linear Berganda s.....	53
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan.....	54
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi .....	55
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian .....	15
Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	22
Gambar 2.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	36
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Produk Whitelab .....	40



