

PENGARUH *ABILITY, BENEVOLENCE, DAN INTEGRITY*

TERHADAP *TRUST* DI LAZADA

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya

Kampus Palembang)



Skripsi Oleh :

AHMAD ALGHIFARI HUSIN

01011381621167

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2020

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH *ABILITY, BENEVOLENCE, DAN INTEGRITY* TERHADAP
TRUST DI LAZADA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus
Palembang)**

Disusun oleh :

Nama : Ahmad Alghifari Husin

NIM : 01011381621167

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal persetujuan

Tanggal :

Dosen Pembimbing

Ketua



22 Februari 2020

Drs. H. Achmad Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

Tanggal :

Anggota



22 Februari 2020

Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *ABILITY, BENEVOLENCE, DAN INTEGRITY* TERHADAP *TRUST* DI LAZADA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

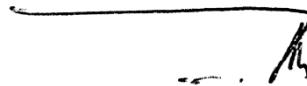
Disusun oleh :

Nama : Ahmad Alghifari Husin
NIM : 01011381621167
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 28 Juli 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 28 Juli 2020
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua



Drs. H. Achmad Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Anggota



Hj. Nofiawaty, S.E., M.M
NIP.196911081994012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Ahmad Alghifari Husin

NIM : 01011381621167

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH *ABILITY*, *BENEVOLENCE*, DAN *INTEGRITY* TERHADAP
TRUST DI LAZADA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus
Palembang)**

Pembimbing

Ketua : Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M

Tanggal Ujian : 28 Juli 2020

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 22 September 2020

Pembuat Pernyataan,



Ahmad Alghifari Husin
NIM. 01011381621167

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Percayalah tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras dan doa Orang Tua, karena Ridho Orang Tua adalah ridho Allah. Bekerja keras lah seolah-olah kau akan hidup selamanya dan Beribadah lah yang rajin seolah-olah kau akan mati besok.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan yang terbaik dan membantu setiap saat
2. Kakak dan adik tersayang
3. Sahabat terbaik yang selalu mendukung
4. Teman-teman yang selalu menemani semasa kuliah
5. Teman-teman dari Manajemen S1 Universitas Sriwijaya Angkatan 2016
6. Almamater

KATA PENGANTAR

Pujisyukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul **Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* Terhadap *Trust* di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dan meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Adapun harapan penulis adalah semoga skripsi ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam menentukan program dan penggunaan strategi bauran promosi terutama pada bagian periklanan dan promosi penjualan. Bagi penelitian selanjutnya dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian.

Skripsi adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan dan belum sempurna. Kritik dan saran yang bersifat membangun tentu dibutuhkan oleh penulis agar penelitian selanjutnya bisa menjadi lebih baik lagi.

Demikian skripsi ini dibuat. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Palembang, 22 September 2020
Penulis,



Ahmad Alghifari Husin
NIM. 01011381621167

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar tanpa doa, bantuan, bimbingan, pengarahan dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terutama kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, kelancaran serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua, yang selalu melimpahkan kasih sayang dan cintanya tanpa putus, melindungi, menaungi dan membimbingku menghadapi dunia, pembawa cahaya di dalam kegelapan.
3. Yth. Bapak Prof. Dr. Ir. Anis Saggaf, M.S.C.E. selaku Rektor Universitas Sriwijaya
4. Yth Bapak Prof. Dr. M. Adam, S.E.,M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan saran selama kegiatan akademik masa perkuliahan.
5. Yth. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya

6. Yth. Bapak Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta dukungan dan dengan ikhlas meluangkan waktu dalam penulisan skripsi ini.
7. Yth. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan serta dukungan dan dengan ikhlas meluangkan waktu dalam penulisan skripsi ini.
8. Yth. Ibu Hj. Nofiawaty, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
9. Yth. Dosen-dosen serta para pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu serta bimbingan semasa perkuliahan.
10. Kedua Orang Tua, papa Hirzil dan mama Nurul yang tak henti-hentinya mendo'akan, melimpahkan kasih sayang, menyemangati, dan mendukung setiap langkah penulis.
11. Kakak dan adik-adik tercinta, kak Nanda, Kak Fina dan Najwa sebagai tempat berbagi suka dan duka dalam menjalani kehidupan ini.
12. Aku, Dirimu, dan Dirinya (Andre, Bayu, Affikha, Diana, Nurlidya, Anggia, Nanda, Nadi, Audi, Kevin, dan Pai) sahabat yang selalu menjadi tempat mengadu, bercerita, tertawa dan berbagi kenangan manis selama masa perkuliahan.
13. Bang Andi, Haikal, Kak Sangga, Gita, Lia dan Dyandra sahabat satu kelompok mata kuliah pemasaran yang selalu memberikan dukungan selama perkuliahan.
14. Osbon (Veryan, Ulid, Jessy, Yoga, Priska, Arif, Natasyah) sahabat masa SMA yang selalu menemani dan menghibur dikala sepi.

15. Rizky Jelani, Ilham, Jasman, Nanda, Fitrah, Raka, Hafiz, fauzan, Iam, Fandi, Aidil sahabat masa SMP yang tetap menjadi kawan berbagi cerita hingga sekarang.
16. Teman-teman Manajemen 2016 terkhusus untuk *Squad Marketing* 2016 yang telah memberikan semangat, saling membantu, dan berjuang bersama-sama.
17. Yasmin Nurazizah, S. Psi., Aldi, Naurah, Zona, Winda, Tsamarah, dan pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Palembang, 22 September 2020
Penulis



Ahmad Alghifari Husin
NIM. 01011381621167

ABSTRAK

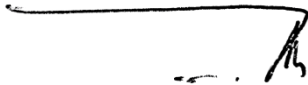
PENGARUH *ABILITY*, *BENEVOLENCE*, DAN *INTEGRITY* TERHADAP *TRUST* DI LAZADA

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas
Sriwijaya Kampus Bukit Palembang)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity terhadap Trust di Lazada pada mahasiswa S1 Universitas Sriwijaya. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah dengan uji F, uji t, dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa variabel Ability, Benevolence dan Integrity secara simultan berpengaruh terhadap Trust. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa terdapat satu variable secara parsial yang berpengaruh signifikan terhadap Trust yaitu Benevolence (X2).

Kata kunci: Ability, Benevolence, Integrity dan Trust

Pembimbing I,



Drs. Achmad Widad, M.sc
NIP.195512281981021002

Pembimbing II,



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin, Ph.D
NIP. 197509011999032001

ABSTRACT

***THE IMPACT OF ABILITY, BENEVOLENCE, AND INTEGRITY
ON TRUST IN LAZADA***

***(Case Study: Undergraduate Students of Sriwijaya University
Palembang Campus)***

This research has been carried out to analyze the impact of Ability, Benevolence, and Integrity on Trust in Lazada for Undergraduate Students of Sriwijaya University. For this purpose, this study was conducted through a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. A questionnaire technique was designed and shared for 100 respondents to get the data collection. The data analysis for this research is conveyed with F-test, t-test and multiple linear regression. F-test showed that Ability, Benevolence, and Integrity Variables are simultaneously impacting the trust. Meanwhile, the t-test revealed that only Benevolence Variable (X_2) is partially impacting trust with significant results.

Keywords: *Ability, Benevolence, Integrity and Trust*

Advisor I,



Drs. Achmad Widad, M.sc
NIP.195512281981021002

Advisor II,



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

*Acknowledge,
The Head of Management*



Isni Andriana, S.E., M.Fin, Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERSETUJUAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam bahasa inggris dari mahasiswa :

Nama : Ahmad Alghifari Husin

NIM : 01011381621167

Jurusan : Manajemen

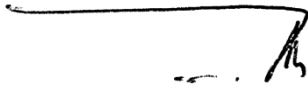
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh *Ability, Benevolence* dan *Integrity* Terhadap *Trust* di Lazada**

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* nya, dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua



Drs. Achmad Widad, M.sc
NIP.195512281981021002

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Ahmad Alghifari Husin

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 26 Juni 1998

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah : Jl. Merdeka Lr. Soak Bato 1 no. 918 kelurahan talang semut kecamatan bukit kecil Palembang

Email : alghifarihusin26@gmail.com

Pendidikan Formal : 1. TK Aisyah 6 Palembang
2. SD Muhammadiyah 1 Palembang
3. SMP 13 Palembang
4. SMA N 10 Palembang

Pengalaman Organisasi : ✓ Pengurus Osis SMA N 10 Palembang
✓ Wakil Ketua 1 IMAJE FE UNSRI



DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian	6
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	7
2.1 Landasan Teori	7

2.1.1 <i>E-Commerce</i>	7
2.1.2 <i>Trust</i>	9
2.1.3 <i>Ability</i>	12
2.1.4 <i>Benevolence</i>	12
2.1.5 <i>Integrity</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	19
3.2 Rancangan Penelitian	19
3.3 Sumber Data	20
3.3.1 Data Primer	20
3.3.2 Data Sekunder	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Populasi dan Sampel.....	21
3.5.1 Data Primer	21
3.5.2 Dari Sekunder	21
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	23
3.6.1 Uji Validitas	23
3.6.2 Uji Rehabilitas.....	23
3.7 Teknik Analisis.....	24
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	24
3.8 Uji Hipotesis.....	25

3.8.1 Uji t	25
3.8.2 Uji F	25
3.9 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	26
3.9.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.9.2 Skala Pengukuran.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil penelitian.....	29
4.2 Gambaran Umum Responden.....	29
4.2.1 Profil Responden.....	29
4.2.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	30
4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran	31
4.2.1.4 Karakteristik Berdasarkan Fakultas	32
4.2.1.5 Karakteristik Berdasarkan Alasan Menggunakan Lazada	33
4.2.1.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi	34
4.2.1.7 Karakteristik Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli 35	
4.2.1.8 Karakteristik Berdasarkan Semester	36
4.3 Analisis Deskriptif.....	37
4.3.1 <i>Variabel Ability (X₁)</i>	37
4.3.2 <i>Variabel Benevolence (X₂)</i>	40
4.3.3 <i>Variabel Integrity (X)</i>	42

4.3.4	<i>Variabel Trust</i>	44
4.4	Analisis Uji Instrumen.....	46
4.4.1	Uji Validitas	46
4.4.2	Uji Reabilitas.....	48
4.5	Hasil Teknik Analisis	49
4.5.1	Uji F	49
4.5.2	Uji t	50
4.5.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	52
4.6	Pembahasan	55
4.6.1	<i>Ability (X₁)</i>	55
4.6.2	<i>Benevolence (X₂)</i>	56
4.6.3	<i>Integrity (X₃)</i>	57
4.6.3	Faktor – Faktor Lain Mempengaruhi Y	59
BAB V	KESIMPULAN	61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran	61
	DAFTAR PUSTAKA	63
	LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 2.1 Kesimpulan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional.....	27
Tabel 3.2 Kriteria Skala <i>Semantic Differential</i>	28
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Kelamin Responden.....	29
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pengeluaran.....	31
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Fakultas.....	32
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Alasan Menggunakan Aplikasi Lazada	34
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Membeli Produk di Lazada...	35
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Produk yang Sering Dibeli	46
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Semester.....	47
Tabel 4.9 Respon terhadap <i>Variabel Ability (X₁)</i>	48
Tabel 4.10 Respon terhadap <i>Variabel Benevolence (X₂)</i>	40
Tabel 4.11 Respon terhadap <i>Variabel Integrity (X₃)</i>	42
Tabel 4.12 Respon terhadap Variabel Keputusan <i>Trust (Y)</i>	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas	48
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial).....	51
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.18 Hasil <i>Variables Entered/Removed</i>	54

Tabel 4.19 Hasil <i>Model Summary</i>	54
---	----

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 1.1 Sejarah Perkembangan Internet di Dunia.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 3.1 Skala <i>Semantic Differensial</i>	28

DAFTAR LAMPIRAN

	HALAMAN
Lampiran Kuesioner.....	67
Lampiran <i>Item-Total Statistics</i> N=100 dan Reliabilitas.....	71
Lampiran Analisis Regresi Linier Berganda.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

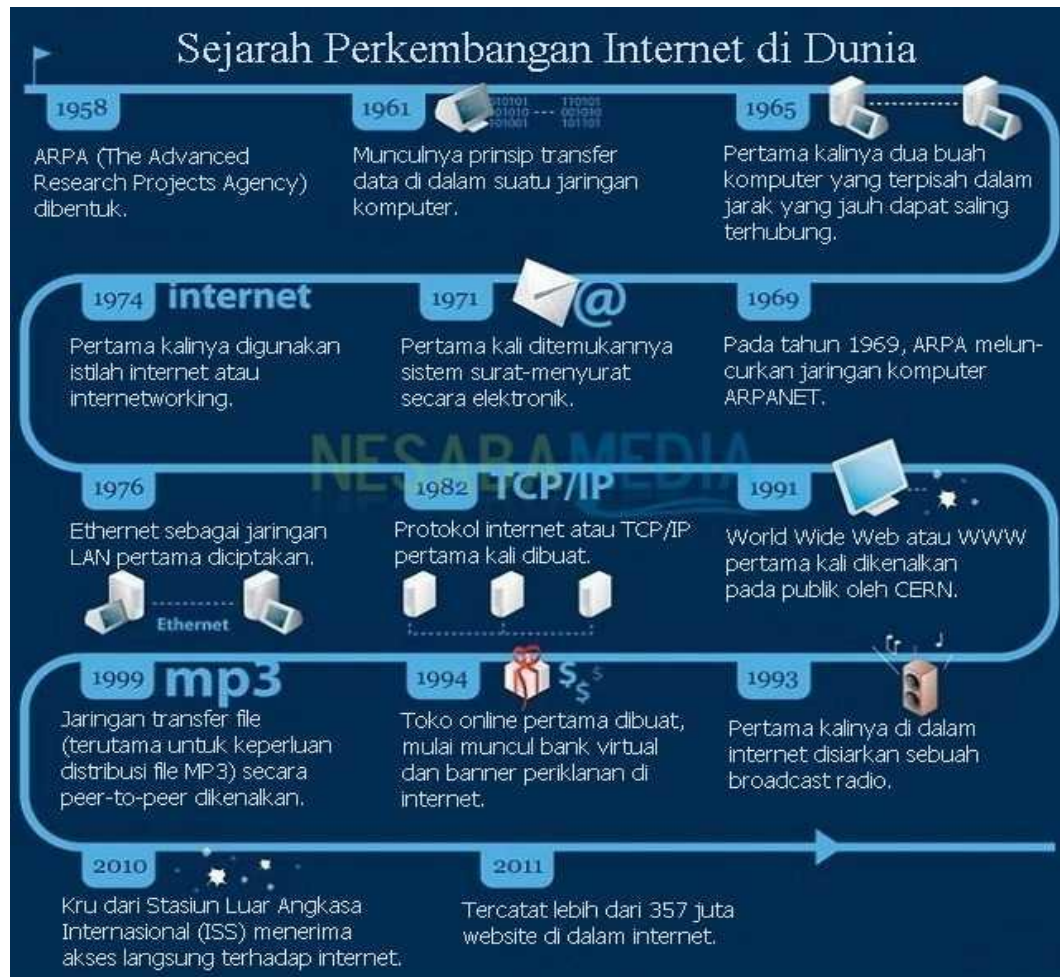
Teknologi informasi adalah teknologi yang dibangun berbasis teknologi komputer. Teknologi informasi telah menjadi sebuah teknologi yang pengaruh dan implikasinya lebih luas dibandingkan teknologi komputer, yang berawal hanya berkembang dalam dunia komputasi dan hitung menghitung. Prinsip dari pengaplikasian teknologi informasi adalah untuk menjadi alat bantu bagi manusia untuk mengelola data menjadi informasi.

Internet awalnya ialah jaringan komputer yang buat oleh Departemen pertahanan Amerika tahun 1969 melalui proyek lembaga *ARPA* yang mengembangkan jaringan yang dinamakan *Advanced Research Project Agency Network (ARPANET)*.

Tujuan awalnya membangun internet adalah hanya untuk keperluan militer. Departemen Pertahanan Amerikat membuat system jaringan komputer terhubung dengan komputer di daerah-daerah penting untuk mengatasi masalah jika suatu saat terjadi serangan nuklir maka informasi tersebut dapat disebar karena jika semua informasi dijadikan terpusat maka akan mudah dihancurkan bila terjadinya perang (Bram, 2018).

Teknologi komputer diperkenalkan di Indonesia sendiri pada tahun 1970 sampai tahun 1972-an dalam catatan yang ditulis oleh Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia. Universitas Indonesia menyebarluaskan teknologi komputer ke seluruh indonesia. PUSILKOM UI melakukan

kegiatan operasional komputasi di lingkungan Universitas Indonesia Pada tahun 1972 sampai tahun 1975 (Wikipedia, 2019).



Sumber: <https://www.sekolahpendidikan.com/2017/12/sejarah-perkembangan-internet-dari-awal.html#>

Gambar 1.1 Sejarah Perkembangan Internet di Dunia

Internet telah menjadi kebutuhan di era milenial ini sehingga para pelaku ekonomi terus membuat inovasi untuk memudahkan mereka menjual barang dagangan. Oleh karena itu muncul lah *e-Commerce* (Perdagangan Elektronik). *E-Commerce* adalah aktivitas pembelian dan penjualan barang maupun jasa menggunakan media internet yang bisa digunakan oleh siapa saja dengan mitra bisnisnya, tanpa dibatasi waktu dan ruang (Javalgi & Ramsey, 2001). Di Indonesia telah banyak toko online atau *e-Commerce*

seperti Lazada.co.id, Berniaga.com, Zalora.com, Blibli.com, tokopedia.com dan masih banyak lagi yang mudah di temukan di internet.

Total Populasi penduduk Indonesia yang mencapai 265 juta, 50% nya atau sebesar 132 juta penduduknya telah menggunakan internet dalam melakukan aktivitas keseharian mereka (netpreneur, 2018). Kesempatan tersebut dijadikan alat untuk memasarkan produk oleh para pelaku ekonomi. Data Sensus Ekonomi 2016 dari Badan Pusat Statistik mengatakan bahwa dalam sepuluh tahun terakhir tumbuh sekitar 17% dengan jumlah keseluruhan usaha E-Commerce yang mencapai 26,2 juta unit (Abdurrahman, 2017).



Sumber : <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia>

Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung

Data pada gambar 1.2 menunjukkan sebanyak 193,3 juta masyarakat mengunjungi situs-situs *e-commerce* di Indonesia. Jadi, lebih dari setengah masyarakat telah mengunjungi situs-situs *e-commerce* (Prihadi, 2017). Sehingga *e-commerce* harusnya sudah menjadi alat transaksi agar dapat

mempermudah konsumen mendapatkan barang yang mereka inginkan sehingga kepuasan pelanggan terpenuhi, salah satu contoh *e-commerce* yaitu Lazada.

Melakukan transaksi di Lazada cukup mudah dan terpercaya dikarenakan Lazada mempunyai fitur *cash on delivery (COD)*, sehingga konsumen tidak merasa tertipu. Karena keunggulan dari fitur *COD* yang dimiliki Lazada, Lazada mampu mengungguli para pesaing-pesaingnya. Lazada pun telah memiliki pengunjung sebanyak 49 juta sehingga masyarakat yang ingin berbelanja *online* lebih memilih Lazada dibanding yang lain.

Kepercayaan konsumen terhadap internet adalah suatu faktor penting yang menentukan keberhasilan penerapan bisnis secara *online* (Anthasari & Widiastuti, 2016).

Menurut (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995) Faktor-faktor yang membangun suatu kepercayaan (*Trust*) konsumen terhadap *e-commerce* terdiri dari kemampuan, kebaikan hati, dan Integritas.

kemampuan (*ability*) adalah Kemampuan yang mengacu pada karakteristik dan kompetensi dari penjual dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik. Kemampuan yang dimaksud adalah cara penjual menyediakan, melayani, dan mengamankan berbagai transaksi yang berjalan. Artinya konsumen dapat memperoleh jaminan keamanan maupun kepuasan dalam melakukan transaksi dengan penjual.

Kebaikan hati (*benevolence*) adalah suatu kemauan dari penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara penjual

dengan pembelinya. Dalam bertransaksi, penjual tidak hanya ingin mendapatkan profit semata, akan tetapi penjual memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan untuk konsumen.

Integritas (*integrity*) berarti suatu cara penjual untuk menjalankan bisnisnya. informasi yang diberikan kepada konsumen Apakah sudah sesuai fakta atau tidak, dan juga kualitas produk yang dijual apakah bisa dipercaya atau tidak. Yang menjadi fokus penelitian adalah Vendor di Lazada.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan latar belakang diatas dengan judul “**Pengaruh *Ability*, *Benevolence* dan *Integrity* Terhadap *Trust* di Lazada**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah *Ability*, *Benevolence* dan *Integrity* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada?
- 1.2.2. Apakah *Ability* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada ?
- 1.2.3. Apakah *benevolence* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada?
- 1.2.4. Apakah *integrity* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas , maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1. Untuk mengetahui apakah *Ability, Benevolence* dan *Integrity* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada
- 1.3.2. Untuk mengetahui apakah *ability* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada
- 1.3.3. Untuk mengetahui apakah *benevolence* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada
- 1.3.4. Untuk mengetahui apakah *integrity* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* di Lazada

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat praktis

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi bagi perusahaan agar meningkatkan faktor-faktor yang membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut.

2. Bagi pengguna

Penelitian ini diharapkan dijadikan bahan pertimbangan untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut dapat dipercaya dalam melakukan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalslam.S.Imhmed.Mohmed, Azizan, N. B., & Jali, M. Z. (2013). *The Impact of Trust and Past Experience on Intention to Purchase in E-Commerce*. Retrieved from https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr9GjFgxттаqk4Af0VXNy0A;_ylu=X3oDMTEyZDdtMzBnBGNvbG8DZ3ExBHBvcwM5BHZ0aWQDQjQ4NTNfMQRzZWMDc3I-/RV=2/RE=1524381408/RO=10/RU=http%3A%2F%2Fwww.ijerd.com%2Fpaper%2Fvol7-issue10%2FD07010028035.pdf/RK=2/RS=DhYEVkp6.URZvWxBYIirUli
- Abdurrahman, M. S. (2017). *Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. 20 Mei 2017*.
- Anthasari, N. H., & Widiastuti, E. (2016). *Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Pada Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopie Martin Melalui Sistem Online Di Surakarta*. Retrieved from <http://ejurnal.net/portal/index.php/Smooting/article/view/1723>
- Bram, A. (2018). *Perkembangan Internet di Dunia dan Indonesia*. Retrieved from 2018 website: <https://www.kompasiana.com/antoniuz2/5b8c843bab12ae21d70bd753/perkembangan-internet-di-dunia-dan-indonesia?page=all>
- Imam Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Javalgi, R., & Ramsey, R. (2001). *Strategic issues of e-commerce as an alternative global distribution system*.
- Jonathan Sarwono. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur SPSS*.
- Mauludiyahwati, S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Retrieved from <http://eprints.uny.ac.id/49008/>

- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *AN INTEGRATIVE MODEL OF ORGANIZATIONAL TRUST*.
- Mowen, John C. dan Michael S. Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- netpreneur, firdaus. (2018). Inilah Data Pengguna Internet di Indonesia 2018. *February 2, 2018*. Retrieved from <https://firdausnetpreneur.com/inilah-data-pengguna-internet-di-indonesia-2018-49-pengggila-medsos/>
- Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2002). *Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust*.
- Piarna, R., & Apandi, T. H. (2018). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Pelanggan E-Commerce Di Indonesia*. Retrieved from <http://ejournal.polsub.ac.id/index.php/jiitr/article/view/3/6>
- Prihadi, S. D. P. (2017). Peta Persaingan Situs e-Commerce di Indonesia. *15/03/2017*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia>
- Purwanto, F. A. (2017). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) terhadap Kepercayaan dalam Membeli Barang Secara Online (Studi Kasus Toko Online Bukalapak.com)*.
- Sekaran. (2013). *metode penelitian*.
- Sekaran, U. (2017). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)*.
- Setyoparwati, I. C. (2019). *Pengaruh Ability, Benevolence, dan Integrity terhadap Partisipasi E-Commerce (Studi Kasus Konsumen E-Commercedi Indonesia)*. 8(2), 166–176.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian, (X)*, 27–42.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan*

R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Syafaat, A., Budiman, A., & Supriyanto, A. (2017). *Partisipasi E-Commerce Di Indonesia: Kajian Pengaruh Faktor Kepercayaan, Risiko, Manfaat Dan Kualitas Website*. Retrieved from <http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/120/140>
- Utami, L. M. (2017). *Analisis Tanggapan Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dalam berbelanja Di E-Commerce Perusahaan D'Kantin Di Telkom University*. Retrieved from <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/136767/analisis-tanggapan-kepercayaan-pelanggan-dalam-berbelanja-di-e-commerce-perusahaan-d-kantin-di-telkom-university.html>
- Wikipedia. (2019). Teknologi informasi Indonesia. In *wikipedia*. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_informasi_Indonesia
- Windarsyah, Hendrik, T. D. (2016). *Analisis Pengaruh Faktor- Faktor Pembangun Trust Terhadap Partisipasi Pengguna Pada C2C E- Commerce*. Retrieved from https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr9BN0v4dlandMAfh9XNyoA;_ylu=X3oDMTEyaHVuZjlvBGNvbG8DZ3ExBHBvcwMxBHZ0aWQDQjQ4NTNfMQRzZWMDc3I-/RV=2/RE=1524257199/RO=10/RU=http%3A%2F%2Fjournal.uui.ac.id%2Findex.php%2Fjurnal-teknoin%2Farticle%2Fdownload%2F4411%2F3900/RK=2/
- Wong, D. (2017). *Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi kasus pada pelanggan E-Commerce Di UBM*. Retrieved from <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/46>

