

**The Influence of Trust, Security and Service Quality toward Purchase Decision
at Lazada.co.id.
(Study on Consumer of Lazada Online Store at Purwokerto)**

Kurnianto Aji P

Kurnianto. 2018. *The Influence of Trust, Security and Service Quality toward Purchase Decision, A case study at Purwokerto*. Thesis, Education Management Department Universitas Jenderal Soedirman. Advisors: (I) Prof. Dr. Suliyanto, M.M, (II) Dr. Lusy Suwandari, S.E, M.Si.

Abstrak

The purpose of this study is to find out and analyze customer trust, service, and service quality on purchasing decisions at Lazada.co.id. Sample in this study there are 120 respondents who are customers at Lazada.co.id. Convenience sampling method in determining the sample of this study. Data were analyzed using multiple regression with SPSS version 25 statistical software. The results of this study indicate that, (1) Customer trust in the purchase results at Lazada.co.id. (2) Security of the purchase results at Lazada.co.id. (3) Positive service quality for purchasing decisions at Lazada.co.id.

This study uses a quantitative approach by collecting data through survey methods. The population in this study were user lazada in Purwokerto. The sampling technique uses the method purposive sampling with criteria for users of lazada.co.id in Purwokerto never bought online at lazada.co.id. Samples totaled 120 respondents with data collection techniques using an online questionnaire. Data analysis techniques in this study use descriptive analysis techniques and multiple regression

The result of this research shows that: (1) trust gives positive impact on purchase decision, proved by the result of t value about 5.064 with significance value of 0.000, less than 0.05 and the value of regression coefficient of 0.507; (2) security gives positive impact on purchase decision, proved by the result of t value about 3.375 with significance value of 0.001, less than 0.05 and the value of regression coefficient of 0.331; (3) service quality gives not effect on purchase decision, proved by the result of t value about 1.708 with significance value of 0.090, greater than 0.05 and the value of regression coefficient of 0.153.

From the result of this research, the researcher can give the following suggestions, those are; (1) trust is needed improved a more responsive service and more honest information from sellers so consumers feel satisfied, and lazada provides compensation if dissatisfied customers such as damaged items, transactions provided by lazada must also be a lot of choices for payment systems so that consumers can easily choose the payment system; (2) lazada has a good security system and the choice of transaction provided by lazada example COD is very safe because working with JNE, they also gives a guarantee of each transaction which need to be improved; (3) evaluation about service quality more improve because service is have higher impact for customer to repurchase in some market online in purwokerto service quality in lazada still not satisfying and need improved

Keywords: Customer trust, Security, Quality of Service

**The Influence of Trust, Security and Service Quality toward Purchase Decision
at Lazada.co.id.
(Study on Consumer of Lazada Online Store at Purwokerto)**

Kurnianto Aji P

Kurnianto. 2018. *The Influence of Trust, Security and Service Quality toward Purchase Decision, A case study at Purwokerto*. Thesis, Education Management Department Universitas Jenderal Soedirman. Advisors: (I) Prof. Dr. Suliyanto, M.M, (II) Dr. Lusy Suwandari, S.E, M.Si.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan pelanggan, layanan, dan kualitas layanan pada keputusan pembelian di Lazada.co.id. Sampel dalam penelitian ini ada 120 responden yang merupakan pelanggan di Lazada.co.id. Metode convenience sampling dalam menentukan sampel penelitian ini. Data dianalisis menggunakan regresi berganda dengan software statistik SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) kepercayaan Pelanggan dalam hasil pembelian di Lazada.co.id. (2) Keamanan hasil pembelian di Lazada.co.id. (3) Kualitas layanan yang positif untuk keputusan pembelian di Lazada.co.id.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna lazada di Purwokerto. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria untuk pengguna lazada.co.id di Purwokerto pernah membeli secara online di lazada.co.id. Sampel berjumlah 120 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan hasil nilai t sekitar 5,064 dengan nilai signifikansi 0,000, kurang dari 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,507; (2) keamanan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan hasil nilai t sekitar 3,375 dengan nilai signifikansi 0,001, kurang dari 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,331; (3) kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan hasil nilai t sekitar 1,708 dengan nilai signifikansi 0,090, lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi 0,153.

Dari hasil penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran-saran berikut, yaitu; (1) kepercayaan diperlukan peningkatan layanan yang lebih responsif dan lebih banyak informasi jujur dari penjual sehingga konsumen merasa puas, dan lazada dapat memberikan kompensasi jika pelanggan tidak puas seperti barang rusak, transaksi yang disediakan oleh lazada juga harus banyak pilihan untuk sistem pembayaran sehingga konsumen dapat dengan mudah memilih sistem pembayaran; (2) Lazada memiliki sistem keamanan yang baik dan pilihan transaksi yang diberikan oleh lazada contoh COD sangat aman karena bekerja dengan JNE, mereka juga memberikan jaminan setiap transaksi yang perlu ditingkatkan; (3) evaluasi tentang kualitas layanan semakin meningkat karena layanan mempunyai dampak yang lebih tinggi bagi pelanggan untuk membeli kembali di beberapa pasar online dalam kualitas layanan purwokerto di lazada masih belum memuaskan dan perlu ditingkatkan.

Kata Kunci : Kepercayaan pelanggan, Keamanan, Kualitas Layanan

