

**PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *WEBSITE REPUTATION*,
ONLINE TRUST DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN ZALORA
DI SURABAYA**



OLEH:
NOVIA SANJAYA
3103014285

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *WEBSITE REPUTATION*, *ONLINE TRUST* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN ZALORA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
NOVIA SANJAYA
3103014285

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *WEBSITE REPUTATION*,
ONLINE TRUST DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN ZALORA DI
SURABAYA**

OLEH
NOVIA SANJAYA
3103014285

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M.Si

Tanggal: 29 Juni 2018

Pembimbing II,



Robertus Sigit H.L., S.E., M.Sc

Tanggal: 2 Juli 2018

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novia Sanjaya

NRP : 3103014285

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Risk*, *Website Reputation*, *Online Trust* dan *Perceived Value* terhadap *Repurchase Intention* pada Konsumen Zalora di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini terbukti *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya ..11.. Juli 2016



Novia Sanjaya

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Novia Sanjaya NRP: 3103014285

Telah diuji pada 30 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji,



Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M.Si

NIK: 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodevicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., S.E., M.Sc

NIK. 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas berkat, anugerah dan kasih karunia- Nya yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Risk*, *Website Reputation*, *Online Trust* dan *Perceived Value* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Zalora di Surabaya.” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhani, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Christofera Marlina Junaedi, S.E., M.Si. selaku dosen wali selama masa perkuliahan. Terima kasih atas motivasi dan semangat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Orang tua dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Saudara yang selama ini menemani penulis dan memberikan dukungan (Melynda Freciana dan Nicola Rendra Sanjaya) sehingga

penulis memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Sahabat tercinta saya yang selama ini telah menemani penulis dan membantu dalam setiap proses akademi (Marta Munthe, Morena Vallita S, Yunique Agustin, Noor Isnaini Hanifah, Fasa Handika, Aloysius Yesa, Alvin Williyanto, Thamara Martha Shella, Arista Elok Dwi Rangga). Penulis berharap agar setiap doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis berkenan di hadapan Tuhan Yesus Kristus.
10. Rekan-rekan mahasiswa, responden dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu di dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Terima kasih. Tuhan memberkati kita semua.

Surabaya, Juni 2018
Novia Sanjaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 <i>Repurchase Intention</i>	10
2.2.2 <i>Perceived Value</i>	11
2.2.3 <i>Online Trust</i>	13
2.2.4 <i>Website Reputation</i>	14
2.2.5 <i>Perceived Risk</i>	15
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Online Trust</i>	17
2.3.2 Pengaruh <i>Website Reputation</i> terhadap <i>Online Trust</i>	17
2.3.3 Pengaruh <i>Website Reputation</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	18
2.3.4 Pengaruh <i>Online Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	18
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	19

2.4 Model Penelitian	19
2.5 Hipotesis	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain/Jenis Penelitian	21
3.2 Identifikasi Variabel	21
3.3 Definisi Operasional Variabel	21
3.3.1 <i>Perceived Risk</i>	22
3.3.2 <i>Website Reputation</i>	22
3.3.3 <i>Online Trust</i>	22
3.3.4 <i>Perceived Value</i>	23
3.3.5 <i>Repurchase Intention</i>	23
3.4 Jenis dan Sumber Data	24
3.5 Alat dan Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.6.1 Populasi	25
3.6.2 Sampel	25
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampe	26
3.7 Teknik Analisis Data	26
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.7.2 Uji Normalitas	27
3.7.3 Uji Kecocokan Model Struktural	27
3.7.4 Uji Hipotesis	28
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Karakteristik Responden.....	29
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	35
4.3 Uji Asumsi SEM.....	41
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.3.3 Uji Normalitas	43
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	45
4.3.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	48
4.3.6 Uji Hipotesis	49
4.4 Pembahasan	51
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran Akademis	58
5.2.2 Saran Praktis	58

DAFTAR KEPUSTAKAAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Internet dari 10 Negara Tahun 2013-2018	2
Tabel 1.2 Data Pengunjung <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2018	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	10
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	31
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	33
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	34
Tabel 4.7 Interval rata-rata Skor.....	35
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	36
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Reputation</i>	37
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Trust</i>	38
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	39
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	40
Tabel 4.13 Uji Validitas	41
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.15 Uji Normalitas Univariat	43
Tabel 4.16 Hasil Uji Persamaan <i>Perceived Risk</i> dan <i>Website Reputation</i> terhadap <i>Online Trust</i>	46
Tabel 4.17 Hasil Uji Persamaan <i>Website Reputation</i> terhadap <i>Perceived</i> <i>Value</i>	47
Tabel 4.18 Hasil Uji Persamaan <i>Online Trust</i> dan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	48
Tabel 4.19 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	49
Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	10
Gambar 4.1 Output T- <i>value</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Output Lisrel
- Lampiran 7. Gambar

**PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *WEBSITE REPUTATION*,
ONLINE TRUST DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN ZALORA DI
SURABAYA**

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *Perceived Risk* , *Website Reputation*, *Online Trust* dan *Perceived Value* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Zalora di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 160 responden. Data dikumpulkan dengan instrumen kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *Struktural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan program Lisrel 8.70.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived risk* berpengaruh negative signifikan terhadap *Online Trust*. Variabel *Website Reputation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Online Trust*. Variabel *Website Reputation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Value*. Variabel *Online Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Variabel *Perceived Value* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

Kata Kunci: *Perceived Risk, Website Reputation, Online Trust, Perceived Value, Repurchase Intention*

**PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *WEBSITE REPUTATION*,
ONLINE TRUST DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN ZALORA DI
SURABAYA**

ABSTRACT

This research purposes are to analyze the impact of Perceived Risk, Website Reputation, Online Trust and Perceived Value towards Repurchase Intention of Zalora's consumer in Surabaya. This research is a causal research. Sampling technique used non probability sampling by purposive sampling. Samples that have been used are 160 respondents. The data were collected by questionnaire instrument and then proceed with Structural Equation Model (SEM) technique by using Lisrel 8.70 program.

The result of this study indicates that Perceived risk has a significant negative effect on the Online Trust. Website Reputation has a significant positive effect on the Online Trust. Website Reputation has a significant positive effect on Perceived Value. Online Trust has a significant positive effect on Repurchase Intention. Perceived Value variable has a significant positive effect on Repurchase Intention.

Keyword: Perceived Risk, Website Reputation, Online Trust, Perceived Value, Repurchase Intention