

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian

##### 1. Obyek Penelitian

Lazada Indonesia merupakan pusat belanja *online* yang menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari elektronik, peralatan rumah tangga, perlengkapan bayi, produk kecantikan dan lain-lain. Lazada Indonesia didirikan pada tahun 2012 dan merupakan salah satu cabang dari jaringan retail online Lazada di Asia Tenggara. Grup Lazada International di Asia Tenggara terdiri dari Lazada Indonesia, Lazada Malaysia, Lazada Vietnam, Lazada Thailand, Lazada Filipina. Jaringan Lazada Asia Tenggara merupakan cabang anak perusahaan jaringan perusahaan internet Jerman Rocket Internet.

Rocket Internet merupakan perusahaan *online* incubator yang sukses menciptakan perusahaan-perusahaan online inovatif di berbagai belahan dunia. Berkantor pusat di Berlin, Jerman, proyek yang dimiliki Rocket Internet antara lain Zalando, TopTarif, eDarling, Groupon (sebelumnya CityDeal), dan lain-lain.

## 2. Subyek penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah bertransaksi secara *online*. Karakteristik responden yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah melihat iklan Lazada.co.id.

Tujuan peneliti menggunakan kriteria tersebut agar memudahkan responden dalam mengisi kuisisioner selain itu jawaban dari kuisisioner tersebut seperti yang diharapkan oleh peneliti. Responden diberikan beberapa pertanyaan yang menyangkut hubungan antara privasi, keamanan dan kepercayaan terhadap niat bertransaksi di Lazada.co.id.

## **B. Hasil Karakteristik Responden Penelitian**

### 1. Rincian penyebaran kuisisioner

Kuisisioner dibagikan secara *online* kepada responden dengan menggunakan media jejaring sosial seperti Facebook, BBM, Line dan WhatsApp. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menyebarkannya secara personal dan menyebarkannya melalui

grup yang ada di Line, BBM dan WhatsApp. Jumlah anggota didalam grup Line sebanyak 100 orang, anggota di BBM sebanyak 18 orang dan di WhatsApp sebanyak 100 orang. Jumlah tanggapan yang masuk dari kuisisioner yang disebar secara online sebanyak 123 dan diisi secara lengkap, namun jumlah tanggapan yang diambil sebagai sampel penelitian sebanyak 100 kuisisioner. Sisa kuisisioner yang tidak dijadikan sampel disebabkan karena terdapat 5 responden yang belum memenuhi kriteria, sedangkan 18 tanggapan masuk tidak dijadikan sampel dikarenakan tanggapan tersebut berulang (dobel).

## 2. Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diterima dari responden diklasifikasikan berdasarkan karakteristik: Jenis kelamin dan Angkatan. Deskripsi dari data responden penelitian sebagai berikut:

**Tabel. 4.1**  
Karakter Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Karateristik Responden	Keterangan	Total Responden	Presentase	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	37	37%	100%
	Perempuan	63	63%	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan data dari table 4.1 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu: laki-laki (37%) dan perempuan (63%). Hal ini menunjukkan bahwa responden

berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

**Table. 4.2**

Karakter Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Presentase	Jumlah
Tahun Angkatan	2011	3	3%	100%
	2012	71	71%	
	2013	26	26%	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan data dari table 4.2 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan yaitu: angkatan 2011 (3%), angkatan 2012 (71%) dan angkatan 2013 (26%). Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak didominasi oleh angkatan 2012 sebesar 71%.

### C. Uji Kualitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang digunakan mampu mengukur apa yang diinginkan. Dari hasil uji validitas tampak nilai korelasi *pearson* yang menunjukkan signifikansi.

**Tabel 4.3**  
 Hasil Uji Validitas

<b>Privasi (X1)</b>			
Butir Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan-
1	.474 <sup>**</sup>	.000	Valid
2	.504 <sup>**</sup>	.000	Valid
3	.504 <sup>**</sup>	.000	Valid
4	.656 <sup>**</sup>	.000	Valid
5	.713 <sup>**</sup>	.000	Valid
6	.729 <sup>**</sup>	.000	Valid
7	.676 <sup>**</sup>	.000	Valid
<b>Kemamanan (X2)</b>			
Butir Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
1	.712 <sup>**</sup>	.000	Valid
2	.691 <sup>**</sup>	.000	Valid
3	.673 <sup>**</sup>	.000	Valid
4	.756 <sup>**</sup>	.000	Valid
5	.682 <sup>**</sup>	.000	Valid
6	.596 <sup>**</sup>	.000	Valid
7	.626 <sup>**</sup>	.000	Valid
8	.586 <sup>**</sup>	.000	Valid
9	.563 <sup>**</sup>	.000	Valid
<b>Kepercayaan (X3)</b>			
Butir Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
1	.741 <sup>**</sup>	.000	Valid
2	.686 <sup>**</sup>	.000	Valid
3	.725 <sup>**</sup>	.000	Valid
4	.702 <sup>**</sup>	.000	Valid
5	.676 <sup>**</sup>	.000	Valid

Lanjutan Tabel 4.3...

Niat Bertransaksi (Y)			
Butir Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
1	.880**	.000	Valid
2	.877**	.000	Valid
3	.761**	.000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas yang telah dilakukan untuk menguji semua butir pertanyaan dari keempat variabel, yaitu privasi, keamanan, kepercayaan dan niat bertransaksi. Terlihat bahwa semua nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , hal ini berarti semua butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini valid. Sehingga semua item pertanyaan memenuhi syarat atau dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan mampu mewakili variabel yang diteliti.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari instrument yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang konsisten atau stabil bila pengukuran diulangi pada obyek yang sama.

**Tabel 4.4**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Privasi (X1)	0.714	Reliabel
Keamanan (X2)	0.833	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0.740	Reliabel
Niat Bertransaksi (X4)	0.788	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Dari data tabel 4.4 hasil uji reliabilitas untuk 4 variabel pertanyaan dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Sugiyono, 2008).

#### **D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)**

Pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

##### **1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (privasi, keamanan dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (niat bertransaksi). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat dalam tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constanta)		.267	.790
Privasi (X1)	.226	2.320	.022
Keamanan (X2)	.275	2.641	.010
Kepercayaan (X3)	.297	3.191	.002

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,226X1 + 0,275X2 + 0,297X3$$

Dari hasil persamaan tersebut, dapat diketahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Adapun arti dari persamaan regresi sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi privasi (X1) sebesar 0,226. Nilai yang positif itu berarti apabila variabel privasi semakin baik, maka niat bertransaksi juga akan meningkat.
- b. Nilai koefisien regresi keamanan (X2) sebesar 0,275. Nilai yang positif itu berarti semakin tinggi rasa aman, maka niat untuk bertransaksi juga akan meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X3) sebesar 0,297. Nilai yang positif itu berarti semakin besar kepercayaan konsumen, maka niat untuk bertransaksi juga akan meningkat.

## 2. Uji F

**Tabel 4.6**  
Hasil Uji F

Model		Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35.988	25.228	0.000
	Residual	1.427		
	Total			

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji F diatas maka hipotesisnya sebagai berikut:

## Uji Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji F (uji secara simultan), nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel privasi, keamanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat bertransaksi. Artinya hipotesis 1 dalam penelitian ini dapat diterima.

## 3. Uji t

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji t maka dapat diketahui hipotesisnya sebagai berikut:

## a. Uji Hipotesis 2

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai Sig. t = 0,022 kurang dari  $\alpha = 0,05$  dengan koefisien sebesar 0,226. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel privasi (X1) dalam penelitian ini berpengaruh terhadap niat bertransaksi (Y). Oleh karena itu, ada

hubungan antara privasi terhadap niat bertransaksi. Sehingga H2 didukung, yang artinya apabila variabel privasi semakin baik, maka niat bertransaksi di Lazada.co.id juga akan meningkat.

b. Uji Hipotesis 3

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai Sig.  $t = 0,010$  kurang dari  $\alpha = 0,05$  dengan koefisien sebesar 0,275. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) dalam penelitian ini berpengaruh terhadap niat bertransaksi (Y). Oleh karena itu, ada hubungan antara keamanan terhadap niat bertransaksi. Sehingga H3 didukung, yang artinya semakin tinggi rasa aman, maka niat untuk bertransaksi di Lazada.co.id juga akan meningkat.

c. Uji Hipotesis 4

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai Sig.  $t = 0,002$  kurang dari  $\alpha = 0,05$  dengan koefisien sebesar 0,297. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X3) dalam penelitian ini berpengaruh terhadap niat bertransaksi (Y). Oleh karena itu, ada hubungan antara kepercayaan terhadap niat bertransaksi. Sehingga H4 didukung, yang artinya semakin besar kepercayaan konsumen, maka niat untuk bertransaksi di Lazada.co.id juga akan meningkat.

4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.7**  
Output Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.664	0.441	0.423	1.19437

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4.8 koefisien diterminasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,423. Artinya variasi variabel dependen dalam model yaitu niat bertransaksi (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independenya yaitu privasi (X1), keamanan (X2) dan kepercayaan (X3) sebesar 42,3%, sedangkan sisanya 57,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang ada dalam penelitian ini.

#### E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh privasi, keamanan dan kepercayaan terhadap niat untuk bertransaksi di Lazada.co.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa privasi, keamanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat bertransaksi di Lazada.co.id (H1). Hasil hipotesis dalam penelitian ini terdukung oleh penelitian yang dilakukan Ayunda (2012). Hal ini menunjukkan bahwa sebelum konsumen melakukan pembelian di Lazada.co.id, konsumen akan memperhitungkan tingkat privasi, keamanan dan kepercayaan.

Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk bertransaksi di Lazada.co.id (H2). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Syaifudin (2014). Hal ini menunjukkan bahwa apabila privasi konsumen terjaga maka konsumen akan merasa nyaman dan akan berpengaruh untuk meningkatkan niat bertransaksi di Lazada.co.id.

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk bertransaksi di Lazada.co.id (H3). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Syaifudin (2014). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan Lazada.co.id maka akan membuat konsumen merasa tenang saat melakukan transaksi di Lazada.co.id.

Hasil dari pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk bertransaksi di Lazada.co.id (H4). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Syaifudin (2014). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kepercayaan konsumen terhadap lazada.co.id maka niat untuk bertransaksipun akan semakin tinggi.

Variabel independen dalam penelitian ini juga mampu menjelaskan variabel dependen dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,423.