

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat	i
Halaman Judul Dalam	ii
Halaman Persembahan	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing	v
Halaman Pengesahan Panitia Penguji	vi
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1. Manfaat Teoritis	17
1.4.2. Manfaat Praktis	17
1.5 Tinjauan Pustaka	
1.5.1 Penelitian Terdahulu	18
1.5.2 Landasan Teori.....	24
1.5.2.1 Kepercayaan Konsumen	24
1.5.2.2 Perilaku Konsumen dan <i>Brand Trust</i>	29
1.5.2.3 <i>Brand Marketplace</i>	35
1.6 Operasionalisasi Konsep	37
1.7 Metodologi Penelitian	40
1.7.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian.....	40
1.7.2 Tipe Penelitian.....	40
1.7.3 Metode Penelitian.....	41
1.7.4 Lokasi Penelitian.....	41
1.7.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	42
1.7.6 Instrumen Penelitian.....	45
1.7.7 Unit Analisis.....	46
1.7.8 Teknik Pengumpulan Data	46
1.7.9 Uji Validitas dan Realibilitas	48
1.7.10 Teknik Pengolahan Data	51
1.7.11. Teknik Analisis dan Interpretasi Data	53
BAB II GAMBARAN UMUM KAJIAN PENELITIAN	
2.1 Profil Lazada Indonesia.....	54
2.2 Gambaran Umum Kota Surabaya	58
2.3 Gambaran Umum Remaja Generasi Z.....	65
BAB III ANALISIS DATA	
3.1 Temuan Data	67

3.1.1	Pertanyaan Saringan	62
3.1.2	Karakteristik Responden	68
3.1.2.1	Usia	69
3.1.2.2	Jenis Kelamin	70
3.1.2.3	Pekerjaan	70
3.1.2.4	Sumber Penghasilan	71
3.1.2.5	Penghasilan per Bulan	72
3.1.2.6	Pengeluaran per Bulan	72
3.1.2.7	Intensitas Berbelanja	73
3.1.3	Variabel Tingkat Kepercayaan	74
3.1.3.1	Rekomendasi	74
3.1.3.2	Kredibilitas	80
3.1.3.3	Pelayanan	85
3.1.4	Tingkat Kepercayaan	96
3.1.5	Tabulasi Silang Antara Karakteristik Responden	99
3.2	Implikasi Tingkat Kepercayaan Konsumen Remaja Generasi Z Terhadap Brand Marketplace Lazada Indonesia	132
BAB IV DISKUSI TEORITIK		
4.1	Tingkat Kepercayaan Konsumen Remaja Generasi Z Terhadap Brand Marketplace Lazada Indonesia (Variabel X)	134
4.1.1	Rekomendasi (X_1)	138
4.1.2	Kredibilitas (X_2)	155
4.1.3	Pelayanan (X_3)	188
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	208
5.2	Saran	209
	Daftar Pustaka	211
	Lampiran	219

DAFTAR TABEL

1.1 E-Commerce Yang Paling Banyak Dikunjungi Tahun 2017	13
1.2 Matrik Penelitian Terdahulu.....	20
1.3 Operasionalisasi Konsep Penelitian	37
1.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	49
1.5 Hasil Uji Realibilitas	51
1.6 Skala Kategori Jawaban Responden	53
2.1 Metode Pengembalian Dana Lazada Indonesia	59
3.1 Tabel Frekuensi Pertanyaan Saringan 1	67
3.2 Tabel Frekuensi Pertanyaan Saringan 2	67
3.3 Tabel Frekuensi Pertanyaan Saringan 3	68
3.4 Usia Responden	69
3.5 Jenis Kelamin Responden	70
3.6 Pekerjaan Responden	71
3.7 Sumber Penghasilan Responden	71
3.8 Penghasilan Per Bulan Responden	72
3.9 Pengeluaran Per Bulan Responden	72
3.10 Intensitas Berbelanja Responden 6 Bulan Terakhir	73
3.11 Tabel Frekuensi Rekomendasi Dari Teman	75
3.12 Tabel Frekuensi Rekomendasi Dari Keluarga	75
3.13 Tabel Frekuensi Rekomendasi Dari Rekan Kerja	76
3.14 Tabel Frekuensi Rekomendasi Iklan Promosi Lazada	77
3.15 Tabel Frekuensi Rekomendasi Selebriti Tanah Air	77
3.16 Tabel Skor Indikator Rekomendasi.....	78
3.17 Tabel Frekuensi Penilaian responden Produk Berkualitas	80
3.18 Tabel Frekuensi Proses Pemesanan yang Pernah Dialami Berjalan Sesuai Prosedur.....	80
3.19 Tabel Frekuensi Proses Pembayaran yang Pernah Dialami Berjalan Sesuai Prosedur.....	81
3.20 Tabel Frekuensi Proses Pengiriman yang Pernah Dialami Berjalan Sesuai Prosedur.....	81

3.21 Tabel Frekuensi Proses Retur yang Pernah Dialami Berjalan Sesuai Prosedur	82
3.22 Tabel Frekuensi Citra Terpercaya	82
3.23 Tabel Frekuensi Pelayanan Sesuai Keinginan	83
3.24 Tabel Skor Indikator Kredibilitas	83
3.25 Tabel Frekuensi website mudah diakses	85
3.26 Tabel Frekuensi website menyediakan informasi produk yang jelas dan rinci	85
3.27 Tabel Frekuensi website menuliskan deskripsi produk yang sesuai dengan kualitas produk	86
3.28 Tabel Frekuensi website memberikan informasi promosi yang update	86
3.29 Tabel Frekuensi tampilan produk di website menarik	87
3.30 Tabel Frekuensi navigas website mudah dan jelas	87
3.31 Tabel Frekuensi menawarkan harga yang sesuai kualitas produk	88
3.32 Tabel Frekuensi menyediakan kategori produk yang lengkap	88
3.33 Tabel Frekuensi terdapat stok persediaan tiap produk kategori	89
3.34 Tabel Frekuensi memiliki proses yang cepat dalam penyetokan ulang produk yang habis	89
3.35 Tabel Frekuensi sistem pengiriman tepat waktu sesuai jadwal yang dijanjikan	90
3.36 Tabel Frekuensi jaminan keamanan informasi data pribadi konsumen	90
3.37 Tabel Frekuensi menyediakan garansi produk	91
3.38 Tabel Frekuensi layanan call center website ‘Lazada Indonesia’ memberikan tanggapan yang responsif	91
3.39 Tabel Frekuensi layanan call center website ‘Lazada Indonesia’ memberikan tanggapan yang solutif	92
3.40 Tabel Frekuensi Lazada Indonesia menawarkan pilihan proses pengembalian uang	92
3.41 Tabel Frekuensi Lazada Indonesia menawarkan pilihan proses pengembalian produk	93
3.42 Tabel Frekuensi Lazada Indonesia menyediakan biaya pengiriman gratis untuk proses retur	94

3.43 Tabel Skor Indikator Pelayanan	94
3.44 Tabel Skor Indikator Tingkat Kepercayaan	97
3.45 Tabulasi Silang Usia Dengan Indikator Rekomendasi Dari Iklan	99
3.46 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Indikator Rekomendasi Dari Iklan..	100
3.47 Tabulasi Silang Pekerjaan Dengan Indikator Rekomendasi Dari Iklan ...	101
3.48 Tabulasi Silang Sumber Penghasilan Dengan Indikator Rekomendasi Dari Iklan.....	102
3.49 Tabulasi Silang Penghasilan Per Bulan Dengan Indikator Rekomendasi Dari Iklan.....	103
3.50 Tabulasi Silang Pengeluaran Per Bulan Dengan Indikator Rekomendasi Dari Iklan.....	104
3.51 Tabulasi Silang Intensitas Berbelanja 6 Bulan Terakhir Dengan Indikator Rekomendasi Dari Iklan.....	105
3.52 Tabulasi Silang Usia Dengan Indikator Produk Berkualitas	106
3.53 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Indikator Produk Berkualitas	107
3.54 Tabulasi Silang Pekerjaan Dengan Indikator Produk Berkualitas	107
3.55 Tabulasi Silang Sumber Penghasilan Dengan Indikator Produk Berkualitas	108
3.56 Tabulasi Silang Penghasilan Per Bulan Dengan Indikator Produk Berkualitas	109
3.57 Tabulasi Silang Pengeluaran Per Bulan Dengan Indikator Produk Berkualitas	110
3.58 Tabulasi Silang Intensitas Berbelanja 6 Bulan Terakhir Dengan Indikator Produk Berkualitas	111
3.59 Tabulasi Silang Usia Dengan Indikator Citra Terpercaya	112
3.60 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Indikator Citra Terpercaya	113
3.61 Tabulasi Silang Pekerjaan Dengan Indikator Citra Terpercaya	114
3.62 Tabulasi Silang Sumber Penghasilan Dengan Indikator Citra Terpercaya	115
3.63 Tabulasi Silang Penghasilan Per Bulan Dengan Indikator Citra Terpercaya	115

3.64 Tabulasi Silang Pengeluaran Per Bulan Dengan Indikator Citra Terpercaya	116
3.65 Tabulasi Silang Intensitas Berbelanja 6 Bulan Terakhir Dengan Indikator Citra Terpercaya	118
3.66 Tabulasi Silang Usia Dengan Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan.....	119
3.67 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan	119
3.68 Tabulasi Silang Pekerjaan Dengan Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan ..	120
3.69 Tabulasi Silang Sumber Penghasilan Dengan Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan	121
3.70 Tabulasi Silang Penghasilan Per Bulan Dengan Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan	122
3.71 Tabulasi Silang Pengeluaran Per Bulan Dengan Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan	123
3.72 Tabulasi Silang Intensitas Berbelanja 6 Bulan Terakhir Dengan Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan	124
3.73 Tabulasi Silang Usia Dengan Indikator Keamanan Data Pribadi Konsumen	125
3.74 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Indikator Keamanan Data Pribadi Konsumen.....	126
3.75 Tabulasi Silang Pekerjaan Dengan Indikator Keamanan Data Pribadi Konsumen.....	127
3.76 Tabulasi Silang Sumber Penghasilan Dengan Indikator Keamanan Data Pribadi Konsumen.....	128
3.77 Tabulasi Silang Penghasilan Per Bulan Dengan Indikator Keamanan Data Pribadi Konsumen.....	128
3.78 Tabulasi Silang Pengeluaran Per Bulan Dengan Indikator Keamanan Data Pribadi Konsumen.....	129
3.79 Tabulasi Silang Intensitas Berbelanja 6 Bulan Terakhir Dengan Indikator Keamanan Data Pribadi Konsumen	131
3.80 Rekapitulasi Nilai Rata-Rata Setiap Indikator Variabel Penelitian	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Lazada Indonesia	60
Gambar 2.2 Tampilan Awal Situs Website Lazada Indonesia.....	61
Gambar 2.3 Tampilan Awal Aplikasi Mobile Lazada Indonesia.....	61
Gambar 4.1 Iklan Lazada Indonesia di Media Sosial Instagram.....	143
Gambar 4.2 Iklan Lazada Indonesia di Media Sosial Facebook	143
Gambar 4.3 Iklan Lazada Indonesia di Media Sosial Line	144
Gambar 4.4 Iklan Lazada Indonesia di Aplikasi Streaming Musik Joox.....	145
Gambar 4.5 Billboard Iklan Promosi Lazada Indonesia	145
Gambar 4.6 Iklan Dalam Pengguna Akun Spotify Standar	148
Gambar 4.7 Contoh Iklan Lazada Indonesia	149
Gambar 4.8 Contoh Iklan Lazada Indonesia	151
Gambar 4.9 Syarat & Ketentuan Produk Dari Luar Negeri di Lazada Indonesia	162
Gambar 4.10 Deskripsi Produk Salah Satu Retail di Lazada Indonesia	163
Gambar 4.11 Review Konsumen Terhadap Suatu Produk.....	164
Gambar 4.12 Review Konsumen Terhadap Suatu Produk.....	164
Gambar 4.13 Salah Satu Review Konsumen di Lazada Indonesia	180
Gambar 4.14 Salah Satu Review Konsumen di Lazada Indonesia	180
Gambar 4.15 Salah Satu Review Konsumen di Lazada Indonesia	181
Gambar 4.16 Kategori Produk Dalam Situs Lazada Indonesia.....	193
Gambar 4.17 Informasi Promosi Pada Halaman Awal Situs Lazada Indonesia	193
Gambar 4.18 Informasi Promosi Dalam Situs Lazada Indonesia	194
Gambar 4.19 Navigasi Situs Website Lazada Indonesia.....	195
Gambar 4.20 Navigasi Situs Website Lazada Indonesia.....	195
Gambar 4.21 Kebijakan Pengembalian Produk	196
Gambar 4.22 Contoh Penggunaan Enskripsi Https	206
Gambar 4.23 Contoh Penggunaan Ketentuan Minimum Password	207
Grafik 1.1 Pertumbuhan Pembeli Online di Indonesia	3
Grafik 1.2 Presentase Gen Z Konsumen Online dan Offline Berdasarkan Kategori Produk	5
Grafik 3.1 Faktor Pembentuk Kepercayaan Konsumen.....	98