

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE TRUST* DAN *PERCEIVED ENJOYMENT*
TERHADAP *ONLINE SHOPPING SATISFACTION* DAN *REPURCHASE*
INTENTION PADA LAZADA INDONESIA
(Studi Kasus pada Generasi Millennial)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana
pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas**



Oleh:

PUTRI SHAFIA RIAS


NIM. 1610526056

Dosen Pembimbing

Dr. Ma'ruf, SE, M.Bus, M.Phil

**S1 INTAKE MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2019

| | | | |
|---|--|--------------------------|----------------------|
|  | No. Alumni Universitas: | PUTRI SHAFIA RIAS | No. Alumni Fakultas: |
| | a). Tempat / Tanggal Lahir: Padang / 06 Oktober 1994 b). Nama Orang Tua: Andrias, S.Sos dan Siswati, SH c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 1610526056 f). Tanggal Lulus: 10 Januari 2019 g). IPK: h). Prediksi Kelulusan: Sangat Memuaskan i). Alamat Orang Tua: Jalan Padang Pariaman 2 No. 146 Siteba Padang. | | |

ANALISIS PENGARUH *ONLINE TRUST* DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *ONLINE SHOPPING SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA LAZADA INDONESIA
(Studi Kasus pada Generasi Millennial)

Skripsi S1 Oleh: Putri Shafia Rias
Pembimbing: Dr. Maruf, SE, M.Bus. M.Phil

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *online trust* dan *perceived enjoyment* terhadap *online shopping satisfaction* dan *repurchase intention* pada Lazada Indonesia (Studi Kasus Generasi Millennial) di Kota Padang. Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah variabel *online trust*, *perceived enjoyment*, *online shopping satisfaction*, dan *online repurchase intention*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 112 sampel dengan karakteristik generasi millennial. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuisioner. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini bersifat *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* penelitian dilakukan pengolahan data dengan program *SmartPLS 3.2.6*. Penelitian ini menunjukkan hasil adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Online Trust* dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Online Shopping Satisfaction*, serta *Online Shopping Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention*, namun pada variabel moderasi yaitu *Online Shopping Satisfaction* tidak berpengaruh atau tidak berperan sebagai moderasi antara *Online Trust* terhadap *Repurchase Intention* dan antara *Perceived Enjoyment* terhadap *Repurchase Intention*, serta didapati juga pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel langsung tanpa perantara yaitu *Online Trust* terhadap *Repurchase Intention* dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Repurchase Intention*.

Keyword: *Online Trust, Perceived Enjoyment, Online Shopping Satisfaction dan Repurchase Intention*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **10 Januari 2019**. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

| | | | |
|--------------|-------------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| Tanda Tangan | 1. | 2. | 3. |
| Nama Terang | Dr. Maruf, SE, M.Bus, M.Phil | Hafiz Rahman, SE.MSBS. Ph.D | Dra. Yanti |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE. M.Si
NIP. 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

| | | |
|------------------------|------------------------------|--------------|
| | Petugas Fakultas/Universitas | |
| No. Alumni Fakultas | Nama | Tanda Tangan |
| No. Alumni Universitas | Nama | Tanda Tangan |

