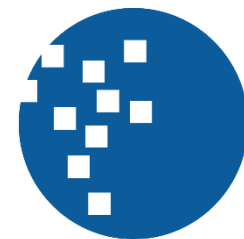


**PENGARUH CUSTOMER E-TRUST SEBAGAI
INTERMEDIASI TERHADAP CUSTOMER E-RETENTION
PADA MARKETPLACE LAZADA (STUDI KASUS PADA
GENERASI Z)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Daffa Ramanda Elysandi

00000059741

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH CUSTOMER E -TRUST SEBAGAI
INTERMEDIASI TERHADAP CUSTOMER E-RETENTION
PADA MARKETPLACE LAZADA (STUDI KASUS PADA
GENERASI Z)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Daffa Ramanda Elysandi

00000059741

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Daffa Rmanada Elysandi
NIM : 00000059741
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul: **PENGARUH *E-TRUST* SEBAGAI INTERMEDIASI TERHADAP *E-RETENTION* PADA MARKETPLACE LAZADA (STUDI KASUS PADA GENERASI Z)**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 11/06/2025



Daffa Ramanda Elysandi

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH *E-TRUST* SEBAGAI INTERMEDIASI TERHADAP
E-RETENTION PADA MARKETPLACE LAZADA (STUDI KASUS PADA
GENERASI Z)**

Oleh.

Nama : Daffa Ramanda Elysandi
NIM : 00000059741
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 12 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Febri Nila Chrisanty SE., MM.
NIDN: 0307027602

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

3

Judul..., Nama Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH *E-TRUST* SEBAGAI INTERMEDIASI TERHADAP
E-RETENTION PADA MARKETPLACE LAZADA (STUDI KASUS PADA
GENERASI Z)**

Oleh

Nama : Daffa Ramanda Elysandi
NIM : 00000059741
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 20 Juni 2025

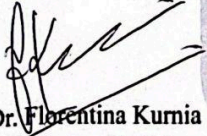
Pukul 15.00 s.d 16.30 dan dinyatakan

LULUS

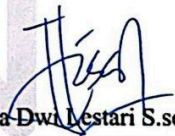
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Prof. Dr. Florentina Kurnia Sari
T., S.sos., M.B.A
NIDN: 0314047401

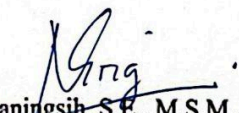
Pembimbing


Elissa Dwi Lestari S.sos., M.S.M
NIDN: 0306081985


Dr. Febri Nila Chrisanty
SE.,M.M.

NIDN: 0307027602

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Daffa Ramanda Elysandi

NIM : 00000059741

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Customer E-Trust* sebagai Intermediasi terhadap *Customer E-Retention* pada Marketplace Lazada (Studi Kasus pada Generasi Z)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☐ Tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.

☐ Lainnya, pilih salah satu:

☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 11 Juni 2025



(Daffa Ramanda Elysandi)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan Karya Ilmiah ‘dengan judul: “**Pengaruh *E-Trust* sebagai intermediasi terhadap *E-Retention* pada *Marketplace* Lazada (Studi kasus pada Generasi Z)** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mensyukuri atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan Terima Kasih kepada:

1. Saya mengucapkan syukur kepada Allah Swt. atas rahmatnya yang senantiasa menyertai hingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara. .
3. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Dr. Febri Nila Chrisanty SE.,MM., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Kedua orang tua saya, Ayah (Apriandi Sinin), Ibu (Elysa Sri Wahyuni) yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Wini Assifa Kusuma, Riskia Axel, Marvel Julian, Muhammad Haryoputro, Muhamad Daniel, Muhamad Budiprabowo, Robi Irawan, Orvala Falindia Putri, Ryan Akbar, dan teman-teman lainnya yang telah mendukung dan memberi semangat selama proses pengerjaan skripsi ini

9. Kedai PadJoh, yang telah menjadi tempat selama pengerjaan skripsi ini berlangsung
Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 12 Juni 2025



(Daffa Ramanda Elysandi)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH CUSTOMER E -TRUST SEBAGAI INTERMEDIASI TERHADAP CUSTOMER E-RETENTION PADA MARKETPLACE LAZADA (STUDI KASUS PADA GENERASI Z)

(Daffa Ramanda Elysandi)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Website Design, Reliability, dan Perceived Ease of Use terhadap Customer E-Retention dengan Customer E-Trust sebagai variabel mediasi pada pengguna Generasi Z platform Lazada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner online kepada 126 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Website Design dan Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer E-Trust, sedangkan Perceived Ease of Use tidak berpengaruh signifikan. Pada variabel Customer E-Retention, Reliability dan Perceived Ease of Use terbukti berpengaruh signifikan, sementara Website Design dan Customer E-Trust tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan. Selain itu, Customer E-Trust tidak berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan antara ketiga variabel bebas terhadap retensi pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keandalan layanan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Generasi Z, sementara kepercayaan digital belum cukup kuat sebagai jembatan untuk membentuk retensi tanpa didukung elemen lain seperti kepuasan pengguna. Penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap e-retention, namun masih sedikit yang meneliti e-trust sebagai mediasi dari faktor desain, keandalan, dan kemudahan penggunaan terhadap retensi pengguna khususnya Generasi Z.

Kata kunci: *Customer E-Trust, Customer E-Retention, Website Design, Reliability, Perceived Ease of Use.*

The Role of Customer E-Trust as a Mediating Variable on Customer E-Retention in the Lazada Marketplace (A Case Study on Generation Z)

(Daffa Ramanda Elysandi)

ABSTRACT (English)

This study aims to analyze the influence of Website Design, Reliability, and Perceived Ease of Use on Customer E-Retention, with Customer E-Trust as a mediating variable among Generation Z users of the Lazada platform. A quantitative approach was employed, with data collected through an online questionnaire from 126 respondents. Data were analyzed using the Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results indicate that Website Design and Reliability have a positive and significant effect on Customer E-Trust, while Perceived Ease of Use does not show a significant influence. Regarding Customer E-Retention, Reliability and Perceived Ease of Use have significant effects, whereas Website Design and Customer E-Trust do not have a direct significant impact. Additionally, Customer E-Trust does not serve as a significant mediating variable between the three independent variables and customer retention. These findings suggest that service reliability and ease of use are key factors in enhancing Generation Z customer loyalty, while digital trust alone is not a strong enough bridge to foster retention without the support of other elements such as user satisfaction. Previous studies have mainly focused on the impact of service quality and promotions on e-retention, with limited research examining e-trust as a mediator of the effects of design, reliability, and ease of use on user retention, particularly among Generation Z.

Keywords: *Website Design, Reliability, Perceived Ease of Use, Customer E-Trust, Customer E-Retention.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.5 Batasan Penelitian.....	23
1.6 Sistematika Penulisan.....	23
BAB II.....	25
LANDASAN TEORI.....	25
2.1 Tinjauan Teori.....	25
2.1.1 Theory Of Planned Behavior.....	25
2.1.2 Technology Acceptance Model.....	27
2.1.3 Website Design.....	28
2.1.4 Reliability.....	30
2.1.5 Perceived Ease of Use.....	31
2.1.6 E-Trust.....	32
2.2 Model Penelitian.....	36
2.3 Hipotesis.....	36
2.4 Penelitian Terdahulu.....	40
BAB III.....	56

METODOLOGI PENELITIAN.....	56
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
3.1.1 Gambaran Umum Lazada.....	56
3.2 Desain Penelitian.....	57
3.2.1 Desain Penelitian Eksploratori (Exploratory Research Design).....	58
3.2.2 Desain Penelitian Deskriptif (Descriptive Research Design).....	58
3.2.3 Desain Penelitian Kausal (Causal Research Design).....	59
3.4 Data Penelitian.....	60
3.4.1 Data Primer.....	60
3.4.2 Data Sekunder.....	60
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	62
3.3.1 Populasi.....	62
3.3.2 Sampling Frame.....	62
3.3.3 Ukuran Sampel.....	63
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	65
3.6 Teknik Analisis Data.....	69
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.6.2 Analisis Data Penelitian.....	71
3.7 Uji Hipotesis.....	72
3.7.1 Uji Statistik T.....	73
3.7.2 Uji Nilai P.....	73
BAB IV.....	74
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Karakteristik Responden.....	74
4.2 Analisis Statistik.....	80
4.3 Uji Pre-Test.....	87
4.4 Uji Hipotesis.....	91
4.5 Uji Hypothesis.....	96
4.7 Implikasi Manajerial.....	106
BAB V.....	119
SIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1 Simpulan.....	119
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

Table 3.5.1 Table Operasional Variabel	65
Tabel 4.1 Kategori Penilaian Responden	79
Table 4.2 Penilaian Responden terhadap Website Design	80
Table 4.3 Penilaian Responden terhadap Reliability	81
Table 4.4 Penilaian Responden terhadap Perceived Ease of Use	83
Table 4.5 Penilaian Responden terhadap Customer E-Trust	84
Table 4.6 Penilaian Responden terhadap Customer E-Retention	85
Tabel 4.7 Hasil pre-test uji validitas	87
Tabel 4.8 Hasil pre-test uji reliabilitas	89
Table 4.9 Discriminant Validity & Reliability	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Cross-Loading Factor	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Fornell Larcker Criterion	94
Tabel 4.12 Hasil Uji R-Square	95
Tabel 4.13 Hasil Uji Direct Effects	97
Tabel 4.14 Hasil Uji Indirect Effect	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi	2
Gambar 1.2 Pengguna E-Commerce di Indonesia	4
Gambar 1.3 Nilai Transaksi E-Commerce	6
Gambar 1.5 Kesukaan GEN Z Berbelanja	7
Gambar 1.6 E-Commerce yang sering di gunakan Gen Z	9
Gambar 1.7 E-Commerce andalan GEN Z	11
Gambar 1.8 E-Commerce Favorit GEN Z	12
Gambarl 1.9 Shopping Behavior	13
Gambar 1.10 Ulasan Pengguna Lazada	15
Gambar 1.11 Ulasan Seller Lazada	16
Gambar 2.3.1 Model Penelitian	40
Gambar 3.1 Logo Lazada	57
Gambar 4.1 Responden Pengguna Lazada	74
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	75
Gambar 4.3 Kategori Usia Responden	75
Gambar 4.4 Kategori Pendapatan Responden	76
Gambar 4.5 Status Pendidikan dan Pekerjaan Responden	77
Gambar 4.6 Penggunaan Lazada terakhir kali pada responden	79
Gambar 4.7 Hasil Uji Path Coefficients	90
Gambar 4.8 Hasil Uji Path Coefficient	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre-Test)	132
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas (Main-Test)	137
Lampiran 4 Jurnal Utama	140
Lampiran 5 Kuisisioner	165
Lampiran 6 Turnitin	173
Lampiran 7 Bimbingan Skripsi	175

