

**PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya
Kampus Palembang)**



Skripsi Oleh:

DILLA SALSABILA

01011381924186

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS
PALEMBANG)

Disusun Oleh:

Nama : Dilla Salsabila

NIM : 01011381924186

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

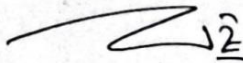
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan
Tanggal

Dosen Pembimbing,

7 Desember 2021



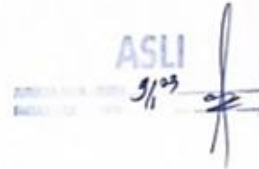
Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 19740710200811011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS
PALEMBANG)

Diusulkan oleh

Nama : Dilla Salsabila
NIM : 01011381924186
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ASLI
9/1/23



Telah diuji dalam ujian komprehensif pada 4 Januari 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 4 Januari 2023

Ketua,

Anggota,



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 19740710200811011

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Bn



Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dilla Salsabila
NIM : 01011381924186
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)”

Pembimbing : Welly Nailis, S.E., M.M

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 10 Januari 2023

Pembuat Pernyataan



Dilla Salsabila
NIM. 01011381924186

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kita tidak tau usaha mana yang akan berhasil, doa mana yang akan dikabulkan. Untuk itu, jangan pernah berhenti melakukan keduanya”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Mama dan papa tersayang yang selalu senantiasa dan tidak pernah berhenti untuk berdoa, berjuang serta memberikan kasih dan sayang, selalu membimbing, berkorban dan sabar mengantarku hingga di titik ini.

Abang dan Kakak Iparku

Keluargaku

Sahabat dan teman-temanku

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia beserta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa juga sholawat beserta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak mendapatkan syafaat beliau di yaumul akhir. Pada skripsi ini penulis mengambil judul “Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)”.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan Aplikasi Shopee. Skripsi ini penulis buat sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya dalam tugas akhir. Skripsi ini juga penulis harapkan dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak lain. Skripsi ini tentu tidak luput dari kesalahan. Maka daripada itu, penulis memohon maaf dan memohon kritik sarannya. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Palembang, Desember 2022

Dilla Salsabila

NIM. 01011381924186

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dan bimbingan serta motivasi dari banyak pihak. Maka daripada itu dengan kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT atas petunjuk, kasih sayang, nikmat hidup dan nikmat sehat yang selalu Engkau berikan. Terimakasih untuk semua doa yang selalu Engkau dengarkan dan Engkau kabulkan.
2. Mama (Tinda Primawati) dan Papa (Zainurlis) tersayang, terimakasih atas segala cinta yang selalu Mama Papa berikan. Terimakasih untuk semua saran, bimbingan, semangat dan doa yang tiada hentinya untuk keberhasilan penulis.
3. Prof. Dr. Ir. H. Annis Saggaf, M.S.C.E., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Prof. Dr. Mohammad Adam, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Isnri Adriana, S.E., M.Fin., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Dr. Kemas M. Husni Thamrin, S.E., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya.
7. Welly Nailis, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing, memberikan saran serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan masukan dan arahan selama perkuliahan.

9. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala ilmu yang telah diberikan selama 7 semester ini.
10. Staff pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terkhusus Yuk Iin, Mba Al dan Kak Helmi yang telah banyak membantu penulis dalam proses administrasi selama masa perkuliahan.
11. Abang (Hendri Febrian, S.Kom) dan Kakak Ipar (Dini Karliena M, S.Psi), terimakasih untuk dukungan yang selalu abang dan kakak berikan. Terimakasih selalu meyakinkan dan selalu menguatkan penulis untuk bisa menjalani perkuliahan dengan baik.
12. Tante (Hj. Syufni Mariani), Om (Drs. H. Sidharta, S.E., M.Si) dan Om (Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E. M.Si), terimakasih atas waktu dan dukungannya selama penulis merantau ke Palembang. Terimakasih atas kasih sayang dan masukan yang selalu tante dan om berikan sehingga penulis bisa menjadi lebih baik lagi.
13. Fajrani, sahabat terbaik penulis yang selalu memberi semangat dan masukan dalam hal apapun terutama dalam proses penyusunan skripsi. Terimakasih telah menjadi tempat untuk berkeluh kesah sebagai anak rantau yang cengeng ini.
14. Kaila, Finka dan Ulfi, terimakasih sudah menjadi bagian dari lika-liku masa perkuliahan penulis dan menjadi tempat berkeluh kesah dalam proses penyusunan skripsi ini.
15. Fabil, Naufal, Deska, terimakasih sudah mau direpotkan selama proses penyusunan skripsi ini.

16. Adek Ali, terimakasih sudah menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi.
17. Grup Keramat, terimakasih untuk semua informasi dan bantuan selama proses perkuliahan.
18. Dwiky Pandu Aqri, terimakasih untuk tidak pernah bosan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.
19. IMASFEK UNSRI, terimakasih atas patah hati terbaiknya sehingga penulis semangat untuk lulus tepat waktu.
20. IMAJE FE UNSRI, terimakasih atas pengalaman berharganya.
21. Teman-teman Manajemen 2019 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang, terimakasih untuk 3 tahun berharganya.
22. *Last but not least*, terimakasih untuk diri sendiri yang sudah kuat dan selalu berjuang sampai titik ini.

Penulis menyadari adanya banyak keterbatasan selama proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan penulis akan saran dan kritikan yang bersifat membangun. Akhirnya, Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN 9/1-23
FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Saya dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Dilla Salsabila

NIM : 01011381924186

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang).**

Telah kami periksa penulisan, grammar maupun susunan tensesnya, dan saya setuju untuk ditempatkan pada lembaran abstrak.

Pembimbing Skripsi,



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 19740710200811011

ASLI
31.03

ABSTRAK

Pengaruh Privasi Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Oleh:


Dilla Salsabila; Welly Nailis


Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh privasi dan keamanan terhadap keputusan pembelian online menggunakan aplikasi Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel privasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara online yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,64 > \alpha 0,05$. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,002 < \alpha 0,005$. Berdasarkan uji f simultan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < \alpha 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa privasi dan keamanan secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara online. Besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 23,2% sisanya sebesar 76,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Kata Kunci: Privasi, Keamanan, dan Keputusan Pembelian

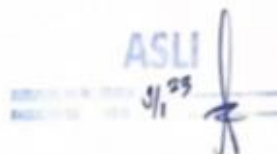
Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing


Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001


Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 19740710200811011

ABSTRACT



INFLUENCE OF PRIVACY AND SECURITY IN ONLINE PURCHASING DECISIONS USING SHOPEE APP (CASE STUDIES IN SRIWIJAYA UNIVERSITY'S STUDENT, PALEMBANG)

By:

Dilla Salsabila; Welly Nailis


This study aims to determine the influence of privacy and security in purchasing decisions using Shopee app. The research method used is a quantitative method. The data used in this research are primary data and secondary data. The sampling technique used was non-probability sampling. The samples examined in this study were 100 respondents who were active students of Sriwijaya University, Palembang. Based on the statistical t test performed, it can be concluded that the privacy variable has no significant effect on online purchasing decisions which is indicated by a significant value of $0,64 > \alpha 0,05$. Based on the statistical t test performed, it can be concluded that the security variable has a positive and significant effect on online purchasing decisions which is indicated by a significance value of $0,002 < \alpha 0,05$. Based on the simultaneous f test obtained a significance value of $0,000 < 0,005$, it can be concluded that privacy and security significantly influence the online purchasing decisions. The magnitude of the influence independent variable on the dependent variable is 23,2%, the remaining 76,8% is influenced by other variables not included in the research model.

Keywords: Privacy, Security, and Purchasing Decisions

Chairman of The Management
Departement

Advisor


Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001


Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 19740710200811011

RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Mahasiswa : Dilla Salsabila
NIM : 01011381924186
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 2 Januari 2001
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah (Orang Tua) : Jl. Pirus III No. 77 Pegambiran, Padang
Alamat Email : dillasalsabila02@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

SD : SD Kartika 1-11 Padang
SMP : SMP N 24 Padang
SMA : SMA N 4 Padang

RIWAYAT ORGANISASI

2020-2021 : Sekretaris Umum II IMASFEK UNSRI
2021-2022 : Anggota Sport, Art and Talent IMAJE FE UNSRI
2021-2022 : Anggota Lingkungan Hidup GenBI

PRESTASI/PENGHARGAAN

2022 : Penerima Beasiswa Bank Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
RIWAYAT HIDUP.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR GRAFIK.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. The Theory Planned Behavior	13
2.1.2. E-commerce	14
2.1.3. Privasi	16
2.1.4. Keamanan	18
2.1.5. Keputusan Pembelian	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Alur Pikir.....	27
2.4. Hipotesis	28

2.4.1.	Analisis Privasi Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4.2.	Analisis Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4.3.	Analisis Variabel Privasi dan Variabel Keamanan.....	31
2.4.4.	Analisis Variabel Dominan antara Variabel privasi dan Variabel Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	32
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian	33
3.2.	Jenis Penelitian	33
3.3.	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1.	Jenis Data.....	34
3.3.2.	Sumber Data	34
3.4.	Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1.	Populasi	35
3.4.2.	Sampel	35
3.5.	Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.5.1.	Uji Validitas.....	38
3.5.2.	Uji Realibilitas	38
3.5.3.	Uji Normalitas	38
3.6.	Uji Asumsi Klasik	39
3.6.1.	Uji Normalitas Data.....	39
3.6.2.	Uji Multikolinearitas.....	39
3.6.3.	Uji Heteroskedastisitas	39
3.7.	Teknik Analisis.....	40
3.7.1.	Uji Parsial (Uji – T).....	40
3.7.2.	Uji Simultan (Uji – F).....	40
3.7.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.7.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.8.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1.	Sejarah Shopee.....	44
4.1.2.	Visi, Misi, Slogan dan Logo Shopee	45
4.2	Gambaran Karakteristik Responden.....	46

4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	50
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/ Pendapatan per Bulan	51
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Internet.....	53
4.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Bertransaksi Secara Online di Shopee.....	55
4.2.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Orang Yang Mempengaruhi Untuk Berbelanja di Shopee	56
4.2.8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berbelanja di Shopee57	
4.2.9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Barang Yang Dibeli Secara Online di Shopee.....	59
4.3	Frekuensi Variabel Penelitian.....	60
4.3.1.	Distribusi Frekuensi Variabel Privasi (X_1)	62
4.3.2.	Distribusi Frekuensi Variabel Keamanan (X_2)	65
4.3.1.	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .	69
4.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian	72
4.4.1.	Hasil Uji Validitas	72
4.4.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	75
4.4.3.	Hasil Uji Normalitas	76
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	76
4.5.1.	Hasil Uji Normalitas	77
4.5.2.	Hasil Uji Multikolinieritas	78
4.5.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.6.1.	Analisis Hasil Regresi Linear Berganda.....	80
4.6.2.	Hasil Koefisien Determinasi.....	84
4.7	Hasil Uji Hipotesis	84
4.7.1.	Uji T.....	85
4.7.2.	Uji F.....	87
4.7.3.	Hasil Uji Dominan.....	88
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
4.8.1.	Pengaruh Signifikansi Parsial	90

4.8.2. Pengaruh Signifikansi Simultan	92
4.8.3. Pembahasan Hasil Uji Dominan.....	93
BAB V PENUTUP	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran	95
5.3. Keterbatasan Penelitian	96
DAFTAR PUSTAKA	97
KUESIONER PENELITIAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	50
Tabel 4.2	Kategori Rata-Rata Masing-masing Variabel	61
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Variabel Privasi	63
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Keamanan	66
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Privasi	73
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	74
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.10	Hasil Uji Asumsi Normalitas	76
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas.....	79
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.13	Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel Privasi	85
Tabel 4.14	Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel Keamanan	86
Tabel 4.15	Uji Model Regresi Secara Simultan	87
Tabel 4.16	Uji Hipotesis Model Regresi Secara Simultan	88
Tabel 4.17	Ringkasan Hasil Analisis Regresi	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rating <i>Marketplace</i> di Indonesia	6
Gambar 1.2	Tentang Ketidakamanan Bertransaksi di Shopee	7
Gambar 1.3	Keluhan Konsumen Lain Terhadap Shopee	7
Gambar 1.4	Keluhan Atas Tidak Terjaganya Privasi pada Aplikasi Shopee	8
Gambar 2.1	Model <i>The Theory Planned Behavior</i>	13
Gambar 2.2	Alur Pikir	28
Gambar 4.1	Logo Shopee	46
Gambar 4.2	Grafik P-Plot Uji Asumsi Normalitas	77
Gambar 4.3	Histogram Uji Asumsi Normalitas	78
Gambar 4.4	Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas	80

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Data Pengunjung Website E-Commerce.....	4
Grafik 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Grafik 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	49
Grafik 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	51
Grafik 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Pendapatan	52
Grafik 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Internet	54
Grafik 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Bertransaksi Secara <i>Online</i> di Shopee	55
Grafik 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Orang Yang Mempengaruhi Untuk Berbelanja di Shopee.....	56
Grafik 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berbelanja di Shopee .	58
Grafik 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Dibeli Secara <i>Online</i> di Shopee	59

DAFTAR PUSTAKA

- Adirama, A. (2012). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Satria FU di Klateb)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ainur, R. (2021). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). *Universitas Brawijaya*, 157.
- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. Springer.
- Alwi, H. (2003). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Carlos Roca, J., José García, J., & José de la Vega, J. (2009). The importance of perceived trust, security and privacy in *online* trading systems. *Information Management & Computer Security*, 17(2), 96–113. <https://doi.org/10.1108/09685220910963983>
- Dewi, S. (2016). Konsep Perlindungan Hukum Atas Privasi Dan Data Pribadi Dikaitkan Dengan Penggunaan Cloud Computing di Indonesia. *Yustisia Jurnal Hukum*, 5(1), 22–30. <https://jurnal.uns.ac.id/yustisia/article/view/8712>
- Efendi, A.-, & Rahmiati, R.-. (2020). Persepsi keamanan, persepsi privasi, pengalaman serta kepercayaan terhadap belanja *online*. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1), 26–38. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10890000>
- Fatikasari, C. D. (2018). Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Privacy dan Brand Awareness Terhadap Kepercayaan Konsumen *Online* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Media Sosial Instagram Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Edisi 2 Tahun 2018*, 2, 136–147.
- Fermayani, R., Rianto Harahap, R., & Rahmat, R. (2022). Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara *Online* di Lazada. *Menara Ekonomi, Volume VII*, 66–78.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harish, G. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Gopay (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)*. Universitas Sriwijaya.
- Hasugian, J. (2006). Penelusuran Informasi Ilmiah Secara *Online*: Perlakuan Terhadap Seorang Pencari Informasi Sebagai Real User. *Pustaka*, 2(1), 1-13–13.
- Hidayat, T., & Teviana, T. (2016). I! *Jurnal Plans (Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis)*, XI, 98–103.
- Indrajit, R. . (2001). *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. PT Elex Media Komputindo.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada *Online Shop Lazada* SNK © 2019 Published by UMSU (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., & Vitale, M. (2000). Consumer trust in an Internet store. *Information Technology and Management*, 1(1), 45–71. <https://doi.org/10.1023/A:1019104520776>
- Jonathan, I. R., & Mulyandi, M. R. (2019). *Pengaruh Privasi, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat dalam E-Commerce*. 171–178. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.171-178>
- Kartika, S. W. (2022). *Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Financial Technology LinkAja*. Universitas Bung Hatta.
- Khalaf Ahmad, A. M., & Ali Al-Zu'bi, H. (2011). E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction: An Empirical Investigation. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 50–65. <https://doi.org/10.5539/ijms.v3n1p50>
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen *Online*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya

- Terhadap Keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA, Vol.1 No.3*, 1251–1259.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing (14th ed.)*. Prentice-Hall Person.
- Laudon, K., & Laudon, J. P. (2016). *Sistem Informasi Manajemen, Mengelola Perusahaan Digital*. Salemba Empat.
- Maya, D. (2014). *Konsep Dasar E-Commerce*. <https://pl701.ilearning.me/2014/02/24/tugas-5-konsep-dasar-e-commerce/>
- Meolong, J. (2000). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Setia.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan, 15(2)*, 87–94. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>
- Noor, M. R. (2008). *Aspek Hukum Teknologi Digital dan Dokumentasi Pertahanan* (Makalah Seminar I Institutional Partnership for Strengthening Land Administration).
- Putra Yutadi, K. (2014). *Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce*. Universitas Brawijaya.
- Rikaz, F., Setiawan, I., & Lucyana, T. (2022). *Pembelian Durian Melalui E-Commerce The Influence Of Privasi , Trust , And Attitude Ob Durian Purchase Decisions Through E-Commerce Pendahuluan Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang pesat terutama pada industri telekomunikasi mengga*. 490–503.
- Rinaldi Bagus, F. (2020). Analisis Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.co.id dan BliBli.Com. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Malangkecwara*.
- Sanjaya, R., & Josua, T. (2009). *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya Hasil Gemilang*. PT Alex Media Komputindo.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Salemba Empat.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Reserch Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Soediro. (2018). Prinsip Keamanan, Privasi, dan Etika dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam. *Kosmik Hukum*, 18(2), 95–112.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Prestasi Pustaka.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Supranto, J. (2008). *Statistika Teori dan Aplikasi (Ketujuh)*. Erlangga.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. ANDI.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Syaifuddin, M. (2014). Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara *Online* di OLX.CO.ID (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 02 No 2.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran (3rd ed)*. ANDI.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79–93.