

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia, (2) Pengaruh persepsi privasi terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia, (3) Pengaruh persepsi resiko terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia, (4) Pengaruh persepsi keamanan terhadap kepercayaan konsumen pada pengguna Tokopedia, (5) Pengaruh persepsi privasi terhadap kepercayaan konsumen pada pengguna Tokopedia, (6) Pengaruh persepsi resiko terhadap kepercayaan konsumen pada pengguna Tokopedia, (7) Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia, (8) Pengaruh mediasi kepercayaan konsumen terhadap hubungan kausal antara persepsi keamanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia, (9) Pengaruh mediasi kepercayaan konsumen terhadap hubungan kausal antara persepsi privasi terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia, (10) Pengaruh mediasi kepercayaan konsumen terhadap hubungan kausal antara persepsi resiko terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif pada pengguna Tokopedia. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Tokopedia yang telah melakukan pembelian minimal sekali dalam enam bulan terakhir. Pengukuran variable dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dan pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Model (SEM).

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan keputusan pembelian, Tokopedia harus meningkatkan kualitas keamanan secara berkala. Menjamin keamanan privasi pengguna Tokopedia. Mengurangi resiko transaksi di aplikasi Tokopedia. Hal tersebut bertujuan agar kepercayaan pengguna Tokopedia meningkat dan memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian melalui aplikasi Tokopedia.

Kata kunci: Persepsi Keamanan, Persepsi Privasi, Persepsi Resiko, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine: (1) The effect of perceived security on purchase decision of Tokopedia users, (2) The effect of perceived privacy on purchase decision of Tokopedia users, (3) The effect of perceived risk on purchase decision of Tokopedia users, (4) The effect of perceived security on customer trust of Tokopedia users, (5) The effect of perceived privacy on customer trust of Tokopedia users, (6) The effect of perceived risk on customer trust of Tokopedia users, (7) The effect of customer trust on purchase decision of Tokopedia users, (8) The mediating effect of customer trust on the causal relationship between perceived security toward purchase decision of Tokopedia users, (9) The mediating effect of customer trust on the causal relationship between perceived privacy toward purchase decision of Tokopedia users, (10) The mediating effect of customer trust on the causal relationship between perceived risk toward purchase decision of Tokopedia users.

This research is a type of quantitative research on Tokopedia users. The population used in this study were all Tokopedia users who had made a purchase at least once in the last six months. Measurement of variables in this study using a Likert scale and hypothesis testing using the Structural Equation Model (SEM).

The implication of this research is to improve purchasing decisions, Tokopedia must Improve security quality regularly. Ensure the privacy of Tokopedia application users. Tokopedia also needs reducing the risk of transactions in the Tokopedia application. This is intended to increase the trust of Tokopedia users and decide to make purchasing decisions through the Tokopedia application.

Keywords: Perceived Security, Perceived Privacy, Perceived Risk, Customer Trust, Purchase Decision.