

Pengaruh Keamanan Transaksi Terhadap Minat Beli Pelanggan Tokopedia Di Kota Depok

Egi Pratama¹, Fahri Prasetya Utama^{2*}, Ryu Putra Yonata³,
Andini Dwi Putri⁴, Nashwa Agustiana Putri⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 10450

email korespondensi: fahriprasetyautama@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi belakangan ini telah mendorong transformasi dalam segala hal, termasuk proses jual beli di masyarakat. Masyarakat mulai beralih melakukan proses jual beli hingga transaksi menggunakan platform digital *e-commerce*. Salah satu platform *e-commerce* yang cukup populer adalah Tokopedia. Namun, terdapat tantangan utama yang dihadapi ketika melakukan proses jual beli menggunakan *e-commerce*, yaitu tingkat keamanan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan transaksi terhadap minat beli pelanggan Tokopedia di Kota Depok. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Tokopedia di Kota Depok.. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 50 responden sebagai sampel yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data tersebut nantinya akan dianalisis menggunakan SPSS. Proses analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kevalidan dan konsistensi sebuah data serta uji hipotesis untuk mengukur hubungan antar variabel. Variabel yang diukur meliputi aspek keamanan transaksi sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan transaksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi tim pengelola *e-commerce* untuk meningkatkan sistem keamanan transaksi sebagai strategi untuk meningkatkan minat beli pelanggan.

Kata Kunci : Keamanan Transaksi, Minat Beli, Tokopedia, SPSS

Abstract

The recent development of information technology has encouraged transformation in everything, including the buying and selling process in society. People are starting to switch the buying and selling process to transactions using e-commerce digital platforms. One of the most popular e-commerce platforms is Tokopedia. However, there are major challenges faced when carrying out the buying and selling process using e-commerce, namely the level of transaction security. This study aims to analyze the effect of transaction security on buying interest of Tokopedia customers in Depok City. The research method used is quantitative and the population in this study are Tokopedia customers in Depok City. Data collection was carried out through distributing questionnaires to 50 respondents as a sample selected using purposive sampling technique. The data will later be analyzed using SPSS. The analysis process includes validity and reliability tests to test the validity and consistency of data and hypothesis testing to measure the relationship between variables. The variables measured include aspects of transaction security as the independent variable and purchase intention as the dependent variable. The results showed that transaction security has a positive and significant influence on purchase intention. This research is expected to provide a reference for the e-commerce management team to improve the transaction security system as a strategy to increase customer buying interest.

Keywords : Transaction Security, Buying Interest, Tokopedia, SPS



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk proses jual beli di masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, *e-commerce* telah menjadi salah satu metode belanja yang paling populer, menggantikan sistem belanja manual. *E-commerce* merupakan kepanjangan dari Electronic Commerce yang berarti perdagangan yang dilakukan secara elektronik. *E-Commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat untuk melakukan proses pertukaran atau penjualan barang, servis, informasi hingga proses transaksi secara elektronik (Mutiara & Wibowo, 2020).

Salah satu platform *e-commerce* yang paling populer di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia didirikan pada tahun 2009 dan sejak itu berkembang menjadi salah satu marketplace terbesar di Indonesia untuk saat ini. Platform ini menyediakan layanan yang menghubungkan penjual dan pembeli secara online, dengan berbagai kategori produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga layanan digital.

Namun, di tengah meningkatnya aktivitas Tokopedia, muncul isu penting terkait keamanan transaksi. Keamanan merupakan sebuah kondisi ketika seseorang merasa bebas dari ketakutan, kecemasan ataupun kepedulian (Hendarsyah, 2019). Keamanan transaksi tidak hanya mencakup perlindungan data pelanggan tetapi juga kepercayaan terhadap integritas sistem pembayaran. Faktor ini sering menjadi alasan utama pelanggan dalam memilih atau bahkan menghindari sebuah platform belanja online. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman (Sugiyanto, Mulyana, & Ramadhan, 2021)

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana pengaruh keamanan transaksi dapat mempengaruhi minat beli pelanggan Tokopedia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pentingnya keamanan transaksi dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi Tokopedia dalam meningkatkan kualitas sistem keamanan guna menghadapi persaingan di industri *e-commerce*.

2. Metode

Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode kuantitatif untuk menganalisis pengaruh keamanan transaksi terhadap minat beli pelanggan Tokopedia di Kota Depok. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang memiliki struktur sistematis terhadap bagian-bagiannya serta hubungan-hubungannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Tokopedia yang berdomisili di Kota Depok. Sampel penelitian terdiri dari 50 responden yang dipilih menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan kriteria utama yaitu pengguna aktif Tokopedia yang berdomisili di Kota Depok.

Tahapan penelitian meliputi penyusunan kuisisioner berdasarkan variabel. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner yang dirancang dengan skala likert 1-5 untuk mengukur pengaruh tingkat keamanan transaksi sebagai variabel independent dan minat beli sebagai variabel dependen. Data tersebut nantinya akan diolah menggunakan SPSS. Pengolahan data meliputi tahapan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kevalidan dan konsistensi sebuah data serta uji hipotesis untuk menguji pengaruh keamanan transaksi terhadap minat beli pelanggan.

Tabel 1. Pernyataan Kuisisioner

No.	Variabel	Pernyataan
1	X	Saya merasa situs Tokopedia menawarkan keamanan online yang cukup
2	X	Saya merasa transaksi online di situs Tokopedia dilindungi
3	X	Saya merasa aman saat melakukan pembayaran di Tokopedia

4	X	Saya merasa Tokopedia mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah dari para pemakai akun palsu
5	X	Saya merasa data pribadi saya aman saat bertransaksi di Tokopedia
6	Y	Saya sering mengunjungi Tokopedia hanya untuk mencari barang yang ingin dibeli
7	Y	Saya mempertimbangkan Tokopedia sebagai platform untuk berbelanja online
8	Y	Saya berminat membeli barang di Tokopedia karena merasa aman dengan sistemnya
9	Y	Saya merasa yakin akan terus berbelanja di Tokopedia di masa mendatang
10	Y	Saya lebih sering membeli barang di Tokopedia karena pengalaman transaksi yang aman

Tabel 2. Keterangan Skala *Likert*

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi data demografis seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status serta penghasilan responden. Data ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai latar belakang responden yang berpartisipasi.

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	31	62%
Perempuan	19	38%

Sumber : Kuisisioner Penelitian

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 62% dari total responden. Sementara itu, responden bejenis kelamin perempuan berjumlah 19 orang atau sebesar 38%. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
15-25	41	82%
25-40	8	16%
>40	1	2%

Sumber : Kuisisioner Penelitian

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada dalam rentang usia 15-25 tahun yaitu sebanyak 41 orang atau sebesar 82% dari total responden. Responden dalam rentang usia 25-40 tahun berjumlah 8 orang atau sebesar 16%, sedangkan responden yang berusia di atas 40 tahun hanya 1 orang atau sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia muda.

Tabel 5. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA / SMK	36	72%
Diploma	2	4%
Sarjana	12	24%

Sumber : Kuisisioner Penelitian

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMA/SMK yaitu sebanyak 36 orang atau sebesar 72% dari total responden. Sebanyak 12 orang atau sebesar 24% responden yang berpendidikan sarjana dan hanya 2 orang atau sebesar 4% yang memiliki pendidikan terakhir diploma.

Tabel 6. Status Responden

Status	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	33	66%
Pegawai/Karyawan	14	28%
Wirausaha	3	6%

Sumber : Kuisisioner Penelitian

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa mayoritas responden berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa yaitu sebanyak 33 orang atau sebesar 66% dari total responden. Responden yang berstatus sebagai pegawai atau karyawan berjumlah 14 orang atau sebesar 28%, sedangkan responden yang berwirausaha hanya sebanyak 3 orang atau 6%. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini sebagian besar melibatkan responden yang masih berada dalam dunia pendidikan.

Tabel 7. Penghasilan Responden

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
< 1.000.000	28	56%
1.000.000 - 2.000.000	5	10%
2.000.000 - 3.000.000	3	6%
3.000.000 - 4.000.000	5	10%
> 4.000.000	9	18%

Sumber : Kuisisioner Penelitian

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan kurang dari 1.000.000 yaitu sebanyak 28 orang atau sebesar 56% dari total responden. Sebanyak 5 orang atau 10% berada pada rentang penghasilan 1.000.000 hingga 2.000.000, sementara 3 orang atau 6% memiliki penghasilan antara 2.000.000 hingga 3.000.000. Jumlah responden dengan penghasilan 3.000.000 hingga 4.000.000 juga mencapai 5 orang atau 10%. Adapun responden yang memiliki penghasilan lebih dari 4.000.000 berjumlah 9 orang atau 18%.

3.2 Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kevalidan sebuah instrumen yang digunakan dalam penelitian dalam mengukur suatu variabel penelitian, misalnya pada kuesioner. Suatu instrumen dari kuesioner dapat dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak di ukur (Slamet & Wahyuningsih, 2022). Jika nilai r hitung item pertanyaan lebih besar dari r tabel dengan signifikansi 0,05 maka item pertanyaan tersebut

dapat dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 8. Perbandingan R Hitung Dengan R Tabel

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0,798	0,278	Valid
X2	0,814	0,278	Valid
X3	0,725	0,278	Valid
X4	0,763	0,278	Valid
X5	0,857	0,278	Valid
Y1	0,697	0,278	Valid
Y2	0,894	0,278	Valid
Y3	0,829	0,278	Valid
Y4	0,824	0,278	Valid
Y5	0,844	0,278	Valid

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, didapatkan bahwa r hitung masing masing pertanyaan untuk setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dibanding r tabel dengan signifikansi 0,05. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan didalam kuisisioner dapat dianggap valid.

Sementara itu, tujuan dari uji reabilitas adalah untuk memastikan konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran suatu instrumen atau alat ukur dari waktu ke waktu atau antar penilai. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel dan konsisten jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut stabil dari waktu ke waktu (Slamet & Wahyuningsih, 2022). Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60

Tabel 9. Nilai Cronbach's Alpha Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keamanan Transaksi (X)	0,844	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,874	Reliabel

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, Nilai Cronbach's Alpha yang muncul untuk variabel x adalah sebesar 0,844 dan untuk variabel y adalah sebesar 0,874. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel

3.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah suatu data memiliki distribusi yang normal atau tidak. Adapun pedoman untuk pengambilan keputusan apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak menurut (Nuryadi, Astuti, Utami, & Budiantara, 2017) jika nilai Sig atau nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal dan jika nilai Sig. atau nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	TOTALKLT	TOTALMB
	0,012	0,015

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditampilkan pada Tabel 8, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk variabel Keamanan Transaksi adalah 0,012, dan untuk variabel Minat Beli adalah 0,015. Kedua nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Hal ini mungkin disebabkan karena jumlah responden yang hanya 50. Ukuran sampel kecil sering kali menghasilkan distribusi data yang tidak normal sehingga untuk penelitian lebih lanjut dapat dilakukan penambahan jumlah responden untuk mendapatkan distribusi data yang normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah didalam sebuah model regresi terdapat kolinearitas antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan untuk menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Adanya Multikolinearitas dapat menyebabkan hasil yang menyesatkan. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat multikolinearitas didalamnya.

Menurut (Ghazali, 2016) Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan nilai tolerance dan nilai VIF. Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas di dalam model regresi, namun jika nilai tolerance $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas di dalam model regresi. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas di dalam model regresi, dan sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka dapat dikatakan adanya multikolinearitas.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
TOTALKLT	1,000	1,000

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan pengujian Multikolinearitas yang telah dilakukan nilai tolerance yang muncul pada tabel 9 lebih besar dari 0,10 yaitu sebesar 1,000 dan nilai VIF kurang dari 10,00 yaitu sebesar 1,000. Sehingga dapat diambil keputusan bahwa tidak terdeteksi adanya Multikolinearitas dalam model regresi, baik itu dinilai berdasarkan nilai VIF ataupun nilai tolerance.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians atau ragam dari residual pada setiap pengamatan dalam sebuah model regresi. Heteroskedastisitas dapat menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Suatu model dapat dikatakan bebas dari heteros jika memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model tersebut memiliki masalah heteroskedastisitas.

Tabel 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients	
Model	Sig.
TOTALKKT	0,343

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan nilai output signifikansi yang keluar pada tabel 10 yaitu 0,343, maka dapat diambil keputusan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi dikarenakan nilai signifikansi yang keluar lebih besar dari 0,05.

3.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengambil keputusan dari dua hipotesis yang diajukan. Kedua hipotesis tersebut dirumuskan sedemikian rupa sehingga masing-masing hipotesis merupakan negasi dari hipotesis yang lainnya. Sehingga, jika salah satu hipotesis bernilai benar maka hipotesis lainnya akan bernilai salah. Kedua hipotesis tersebut dinamakan hipotesis nol dan hipotesis alternatif (Lolang, 2014).

Adapun kriteria dari uji hipotesis menggunakan uji t menurut (Ghazali, 2016) yaitu Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh keamanan transaksi sebagai variabel independen terhadap minat beli sebagai variabel dependen. Sebaliknya, Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh keamanan transaksi sebagai variabel independen terhadap minat beli sebagai variabel dependen.

Lalu, sementara itu Jika t hitung $> t$ tabel yaitu 2.01174 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 13. Nilai t dan Sig Uji Hipotesis

Coefficients		
Model	t	Sig.
TOTALKKT	3,240	0,002

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ditampilkan pada Tabel 11, nilai t yang muncul yaitu sebesar 3,240 dan lebih besar dari batas t tabel yaitu 2,01174 dan nilai sig yang muncul kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,02. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_1 Diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh keamanan transaksi terhadap minat beli pelanggan tokopedia di Kota Depok.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sugiyanto et al., 2021) dengan judul Pengaruh Keamanan, Kemudahan Transaksi dan Persepsi Resko terhadap Minat beli yang juga menyatakan terdapat pengaruh keamanan terhadap variabel minat beli.

3.5 Regresi dan Korelasi

1. Persamaan Regresi

Regresi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabelnya. Jika kita memiliki dua buah variabel atau lebih maka sudah selayaknya apabila kita ingin mempelajari bagaimana variabel-variabel itu berhubungan atau dapat diramalkan. Istilah regresi dapat diartikan sebagai ramalan atau taksiran. Persamaan yang digunakan untuk mendapatkan garis regresi disebut persamaan regresi.

Tabel 14. Hasil Uji Persamaan Regresi

Coefficients				
Unstandardized Coefficients				
Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	6,328	3,757	1,684	0,099
TOTALKKT	0,606	0,187	3,240	0,002

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS,2024

Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan dengan $Y = a + bX$. Berdasarkan tabel diatas nilai a yang keluar pada tabel output yaitu 6,328 sedangkan nilai b yaitu sebagai angka koefisien regresi sebesar 0,606. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,606 maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Keamanan Transaksi berpengaruh positif terhadap Minat Beli Pelanggan . Berdasarkan output yang ditunjukkan tabel maka persamaan regresinya adalah $Y = 6,328 + 0,606X$

2. Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Besarnya nilai koefisien korelasi berkisar antara -1,0 sampai dengan +1,0 sehingga terdapat dua kemungkinan koefisien korelasi yaitu korelasi positif dan korelasi negatif. Dapat dikatakan korelasi positif jika nilai koefisien korelasi mendekati 1 dan dikatakan korelasi negatif jika nilai koefisien korelasi mendekati -1

Tabel 15. Nilai Koefisien Korelasi

Model Summary		
Model	R	R Square
1	0,424	0,179

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan Nilai R sebesar 0,424 yang berarti keamanan transaksi memiliki pengaruh positif terhadap minat beli karena nilai r mendekati ke arah 1. Hasil pengujian ini juga menunjukkan nilai r square sebesar 0,179 atau 17,9%. Sehingga ini berarti keamanan transaksi mempengaruhi minat beli sebesar 17,9% dan 82,1%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian kali ini.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Harto & Munir, 2021) dengan judul Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee dan penelitian yang dilakukan oleh (Afifah, 2018) judul Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel keamanan terhadap variabel minat beli.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah kami buat maka dapat diambil kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Minat Beli pelanggan pada aplikasi Tokopedia. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian suatu produk pada aplikasi Tokopedia dipengaruhi oleh keamanan dalam transaksi, hal ini artinya semakin aman tokopedia dalam mengamankan setiap transaksi yang ada pada aplikasi Tokopedia maka semakin banyak pelanggan yang ingin mengikuti atau memutuskan untuk membeli suatu produk yang tersedia pada aplikasi tersebut. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat keamanan transaksi yang dimiliki oleh Tokopedia, semakin tinggi pula minat beli pelanggan. Hasil penelitian mendukung dengan memberikan bukti empiris bahwa keamanan transaksi adalah elemen kunci dalam menciptakan kepercayaan dan minat beli pelanggan. Dengan demikian, hipotesis awal yang menyatakan bahwa keamanan transaksi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan dapat diterima.

Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna *e-commerce* Tokopedia yang berdomisili di Kota Depok dengan partisipasi yang rendah sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan lingkup yang lebih luas untuk mendapatkan generalisasi. Selain itu diharapkan peran serta dari peneliti lain untuk mengkonfirmasi kembali temuan penelitian ini.

Referensi

- Afifah, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs Lazada (Survei Pada Pengunjung Situs Lazada di Jakarta Timur) *Jurnal Manajemen*, 9(1), 46-57 <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v9i1.1316>
- Ghazali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.
- Harto, B. R., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9(1), 89–98.
- Hendarsyah, D. (2019). Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v1i1.2>
- Lolang, En. (2014).) Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Uji Normalitas Data dan Homogenitas Data. Dasar - Dasar Statistik Penelitian*, 81, 90–91.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58.
- Sugiyanto, S., Mulyana, M., & Ramadhan, M. V. (2021). Pengaruh Keamanan, Kemudahan Transaksi dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.404>