

TESIS

**PERAN KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNA, DAN MASALAH PRIVASI
TERHADAP NIAT BELI ULANG
DENGAN KEPERCAYAAN DAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL PEMEDIASI**



NELLA EKAWATI PATA'DUNGAN

No. Mhs: 195003123/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : NELLA EKAWATI PATA'DUNGAN
Nomor Mahasiswa : 19 500 3123/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen *E-business*
Judul : PERAN KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNA,
DAN MASALAH PRIVASI TERHADAP NIAT BELI
ULANG DENGAN KEPERCAYAAN DAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Prof. Dr. MF Sheellyana Junaedi, SE., M.Si

06 Juli 2021



.....



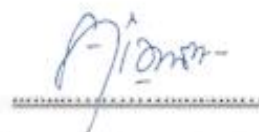
UNIUNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : NELLA EKAWATI PATA'DUNGAN
Nomor Mahasiswa : 19 500 3123/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen *E-business*
Judul : PERAN KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNA,
DAN MASALAH PRIVASI TERHADAP NIAT BELI
ULANG DENGAN KEPERCAYAAN DAN *E-*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, S.E., M.Si.	26 Juli 2021	
Dr. Dra. Jeanne Ellyawati, M.M.	26 Juli 2021	
Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D.	26 Juli 2021	

Ketua Program Studi



Dr. Dra. Jeanne Ellyawati, M.M.

MOTTO

RISE UP, TAKE COURAGE, and DO IT

(EZRA 10:4)

**PERCAYALAH BAHWA APA YANG TUHAN IJINKAN UNTUK DIMULAI PASTI
TUHAN BANTU UNTUK MENYELESAIKANNYA**

-UNKNOWN

PERNYATAAN

Saya Nella Ekawati Pata'dungan, yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

“PERAN KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNA, DAN MASALAH PRIVASI TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN DAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI” benar-benar hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipergunakan untuk mendapatkan gelar pada program Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta ataupun pada program studi lainnya.

Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis dalam bentuk daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 06 Juli 2021

Yang menyatakan

Nella Ekawati Pata'dungan

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Peran Keamanan, Kemudahan pengguna, dan Masalah Privasi Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepercayaan dan *E-satisfaction* sebagai Variabel Pemediasi.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sample valid 211 responden. Responden tersebut dipilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu konsumen yang sudah berumur 17 sampai dengan 40 tahun pada tahun 2021 dan pernah melakukan belanja di Shopee sebelumnya. Metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi hasil penelitian ini adalah *Partial Least Square* (SmartPLS 3.3.0).

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa Keamanan, Kemudahan Pengguna dan Masalah Privasi tidak memiliki pengaruh terhadap Niat beli Ulang di Shopee. Selanjutnya, Kepercayaan dan *E-satisfaction* terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap Niat beli Ulang di Shopee. Terakhir, Kepercayaan berhasil memediasi pengaruh keamanan terhadap niat beli ulang sedangkan *E-satisfaction* berhasil memediasi variabel keamanan, kemudahan pengguna dan masalah privasi terhadap niat beli ulang.

Kata Kunci: *Keamanan, Kemudahan pengguna, Masalah Privasi, Niat Beli Ulang, Kepercayaan, E-satisfaction,, Partial Least Squares.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of security, ease of use, and privacy concern with trust and e-satisfaction as mediating variabls.

This study used Purposive sampling with 211 valid questionnaires. Respondents were selected based on determined criteria; respondent on the range of 17 – 40 years old in 2021 and Shopee user who previously made purchases. Partial Least Square (SmartPLS 3.3.0) was chosen as the method of analysis to evaluate research result.

The result of the Hypothesis test show that Security, Ease of Use, Privacy Concern is not success influence the Repurchase Intention. Furthermore, Trust and E-satisfaction are proven to have a direct influence on Repurchase Intention. Finally, Trust is successful in mediating the effect of security on Repurchase Intention, while E-satisfaction is successful in mediating the effect of Security, Ease of use and Privacy Concern on Repurchase Intention.

Keywords: Security, Ease of use, Privacy Concern, Repurchase Intention, Trust, E-satisfaction Partial Least Square

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul “Peran Keamanan, Kemudahan pengguna, dan Masalah Privasi Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepercayaan dan *E-satisfaction* sebagai Variabel Pemediasi”. Penulisan tesis ini merupakan Langkah dalam memnuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Management (MM) pada Program Pasca Sarjana di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tesis ini banyak hambatan dan tantangan yang harus dihadapi. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dan membantu proses penyelesaian penulisan tesis ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus untuk setiap cinta kasih, tuntunan dan penyertaanNya yang luar biasa sehingga memberikan kekuatan dan perlindungan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing dan memberikan koreksi serta masukan kepada penulis hingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kedua orang tua penulis Bapak Marthen Pata'dungan dan Ibu Agustina Balik dan adek Kevin Pata'dungan yang tiada hentinya mendoakan, memberikan semangat, nasihat dan menjadi motivasi penulis dari awal hingga selesainya penulisan tesis ini.
4. Alm. Papi Cornel Guling yang selalu memberikan semangat yang luar biasa, motivasi dan arahan yang tiada henti untuk bisa menyelesaikan tesis ini.
5. Sobat S2 ku mami vero (Tante) yang selalu memberikan semangat dan bantuan yang luar biasa selama mengerjakan tesis dan sangat membantu dalam menyebarkan kuesioner.
6. Teman-teman seperjuangan MM 2020 khususnya teman kelompok terbaik yang selalu saling mendukung yaitu kak Veronika Guling, Vyatra Mey H, dan Odolft selama masa kuliah.

7. Teman-teman di luar kampus yang selalu memberikan dukungan dan doa selama pengerjaan tesis.

Yogyakarta, 06 Juli 2021

Nella Ekawati Pata'dungan

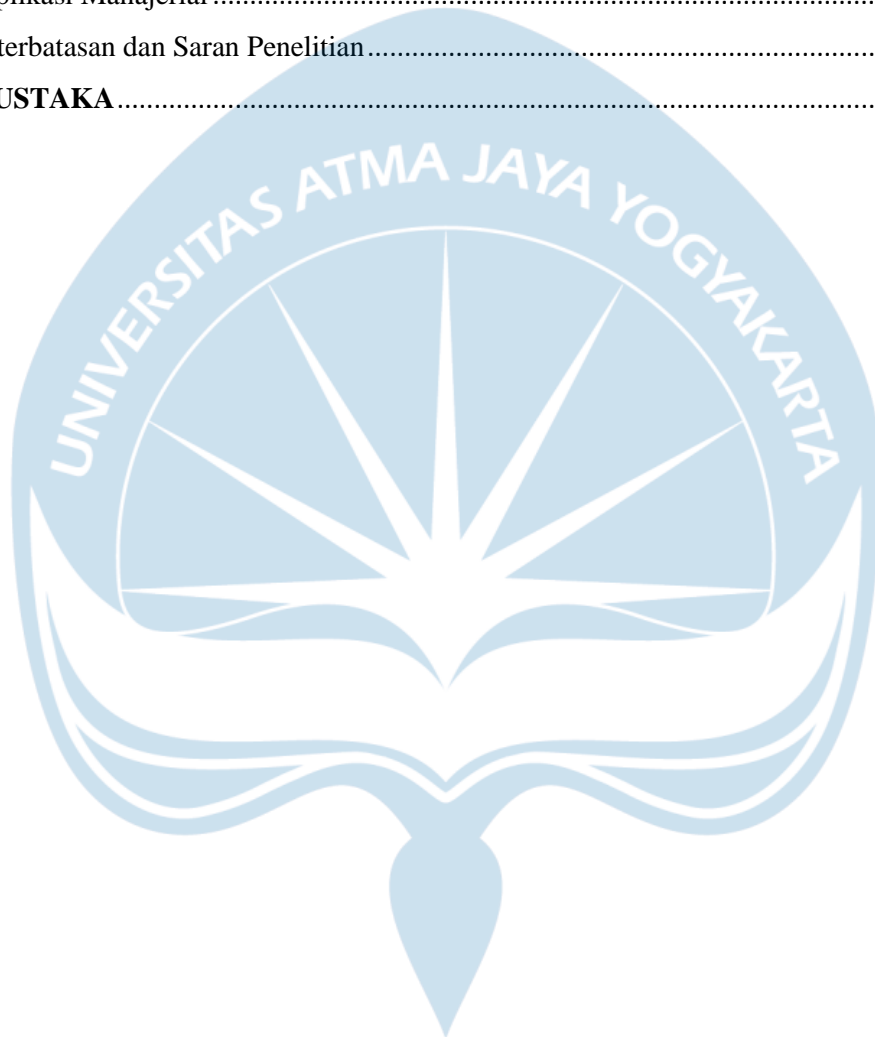


DAFTAR ISI

TESIS	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
PERNYATAAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
TINJAUAN KONSEPTUAL & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1. Kepercayaan (Trust).....	8
2.2. E-satisfaction.....	9
2.3. Keamanan	10
2.4. Masalah Privasi	11
2.5. Kemudahan Pengguna.....	12
2.6. Niat Beli Ulang	12
2.7. Penelitian Terdahulu	13
2.8. Pengembangan Hipotesis	17
2.8.1. Keamanan	17
2.8.2. Kemudahan pengguna.....	17
2.8.3. Masalah privasi	18
2.8.4. Kepercayaan.....	18

2.8.5.	E-satisfaction.....	19
2.9.	Model Penelitian	20
BAB III		21
METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1.	Lingkup Penelitian	21
3.2.	Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
3.4.	Metode Analisis Data.....	24
3.4.1.	Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	24
3.4.2	Teknik Analisis SEM-PLS.....	24
BAB IV		29
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		29
4.1.	Pendahuluan.....	29
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif Responden	29
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
4.2.3	Karakteristik Responden Jenjang Pendidikan.....	32
4.2.4	Karakteristik Responden Status	33
4.2.5	Karakteristik Responden Telah Melakukan Belanja <i>Online</i> Selama	34
4.2.6.	Karakteristik Responden Metode Pembayaran Yang Paling Sering Digunakan	34
4.2.7.	Karakteristik Responden Total Harga Yang Dikeluarkan Setiap Kali Belanja <i>Online</i>	35
4.2.8.	Karakteristik Responden Pernah Belanja <i>Online</i> Selain di Shopee ?(*ex: Toko Pedia, Bli-Bli,Lazada, dll)?.....	36
4.2.9.	Karakteristik Responden Alasan Utama Belanja <i>Online</i> Selain di Shopee.....	36
4.2.10.	Karakteristik Responden Berapa Kali Melakukan Belanja <i>Online</i> Dalam 1 Bulan.....	37
4.3.	Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	38
4.3.1.	Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	38
4.3.2.	Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	38
4.3.4.	Estimasi Least Square Methods	39
4.3.5.	Evaluasi Uji Goodness of Fit:Outer Model.....	40
4.3.6.	Evaluasi <i>Goodness Of Fit: Inner Model</i>	43
4.3.6.	Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung.....	45
4.3.8.	Hasil Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung Melalui Mediasi	49
4.5.	Pembahasan.....	53
4.5.1.	Pengaruh Langsung Keamanan, Kemudahan pengguna dan Masalah Privasi Terhadap Niat Beli Ulang	53

4.5.2. Pengaruh Keamanan, Kemudahan pengguna dan Masalah Privasi Terhadap Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Peran Mediasi Kepercayaan	56
4.5.3. Pengaruh Keamanan, Kemudahan pengguna dan Masalah Privasi Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Peran Mediasi <i>E-satisfaction</i>	59
BAB V	63
PENUTUP	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Implikasi Manajerial	64
5.3. Keterbatasan dan Saran Penelitian.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	22
Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif.....	29
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden.....	30
Tabel 4. 3 Indikator – Indikator Variabel Laten	38
Tabel 4. 4 Nilai Outer Loading (Loading Factors)	40
Tabel 4. 5 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	40
Tabel 4. 6 Nilai Fornell-Larcker Criterion.....	41
Tabel 4. 7 Nilai Cross Loading	42
Tabel 4. 8 Nilai Dillon Goldstein's	43
Tabel 4. 9 Nilai R-square dan Q-square.....	44
Tabel 4. 10 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	45
Tabel 4. 11 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	49
Tabel 4. 12 Hubungan antara Keamanan,Kepercayaan, dan Niat Beli Ulang	50
Tabel 4. 13 Hubungan antara Keamanan,E-satisfaction, dan Niat Beli Ulang	50
Tabel 4. 14 Hubungan antara Kemudahan pengguna,Kepercayaan, dan Niat Beli Ulang	51
Tabel 4. 15 Hubungan antara Kemudahan pengguna,E-satisfaction, dan Niat Beli Ulang	51
Tabel 4. 16 Hubungan antara Masalah Privasi,Kepercayaan, dan Niat Beli Ulang	52
Tabel 4. 17 Hubungan antara Masalah Privasi, E-satisfaction, dan Niat Beli Ulang	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi e-Commerce pada 2020	1
Gambar 2. 1 Model Penelitian	20
Gambar 4. 1 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Gambar 4. 2 Kelompok Responden Pria Berdasarkan Usia	32
Gambar 4. 3 Kelompok Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	32
Gambar 4. 4 Kelompok Responden Berdasarkan Status	33
Gambar 4. 5 Kelompok Responden Berdasarkan lama telah melakukan belanja Online	34
Gambar 4. 6 Kelompok Responden Berdasarkan Metode Pembayaran yang paling sering digunakan	34
Gambar 4. 7 Kelompok Responden Berdasarkan Total Harga yang Dikeluarkan Setiap Kali Belanja Online	35
Gambar 4. 8 Kelompok Responden Berdasarkan Pernah Belanja Online Selain di Shopee (*ex: TokoPedia, Bli-Bli, Lazada dll.)	36
Gambar 4. 9 Kelompok Responden Berdasarkan Alasan Utama Belanja Online Selain di Shopee	36
Gambar 4. 10 Kelompok Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Belanja Online Dalam 1 Bulan	37
Gambar 4. 11 Model Diagram Jalur	39
Gambar 4. 12 Model Struktural PLS Algorithm	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I JURNAL ACUAN	71
Lampiran II KUESIONER PENELITIAN	87
Lampiran III HASIL OLAH DATA SMART PLS Professional 3.3.0.....	110
Lampiran IV DATA RESPONDEN	117

