

**PENGARUH KEAMANAN DAN RISIKO KINERJA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
DI MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP
Bandung)**

Syahrul Nur Hakim¹
Universitas Sangga Buana YPKP
Syahrulnu240@gmail.com

Eva Rachmawati²
Universitas Sangga Buana YPKP
eva.rachmawati@usbypkp.ac.id

Abstract

This study aims to determine how security and performance risk affect online purchasing decisions both partially, simultaneously. The type of research used is survey research. The sample in this study were 75 respondents, namely management students of class 2020 using Tokopedia at Sangga Buana YPKP University Bandung. Data collection was carried out through an online questionnaire distributed using google form. Data analysis using descriptive analysis and multiple regression analysis. The results showed that the security variable did not have a significant effect on online purchasing decisions while the performance risk variable had a significant effect on online purchasing satisfaction and the two variables had a simultaneous effect on online purchasing decisions.

Keywords: *Security, Performance Risk, Online Purchasing Decisions*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh keamanan dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian *online* baik secara parsial, simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yaitu para mahasiswa manajemen angkatan 2020 pengguna tokopedia di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online* yang disebar menggunakan *google form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *online* sedangkan variabel risiko kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *online* dan dua variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *online*.

Kata kunci: *Keamanan, Risiko Kinerja, Keputusan Pembelian Online*



JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume 6
Nomor 1
Halaman 73 – 87
Bandung, Januari – Juni 2024

p-ISSN : 2655 - 2922

Tanggal Masuk :
22 Januari 2024
Tanggal Revisi :
22 Januari 2024
Tanggal Diterima :
30 Juni 2024

PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang penelitian, tujuan penelitian, dan kontribusi penelitian. Kontribusi penelitian menjelaskan tentang kesenjangan penelitian (research gap) dan Perkembangan teknologi dan informasi, terutama dalam domain internet, mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Internet berperan sebagai medium yang menghubungkan individu, menyediakan akses informasi, berfungsi sebagai sarana hiburan, dan menjadi alat komunikasi. Kini, internet menjadi kebutuhan esensial bagi sebagian besar orang, sejajar dengan kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Terdapat enam alasan utama yang menjelaskan popularitas teknologi internet. Pertama, internet menawarkan konektivitas dan jangkauan yang luas. Kedua, internet membantu mengurangi biaya komunikasi. Ketiga, biaya transaksi yang lebih rendah menjadi salah satu kelebihan internet. Keempat, kemampuannya untuk mengurangi biaya agensi. Kelima, sifat interaktif, fleksibel, dan mudah penggunaan. Keenam, kemampuan internet dalam mendistribusikan pengetahuan secara cepat (Laudon & Kenneth, 2015). Tentu saja fenomena ini menjadi potensi peluang bisnis baru bagi beberapa pihak yang kemudian merespon dengan menyajikan atau mendirikan toko *online* sebagai bagian dari sektor *e-commerce*. (Baum & Sunarto, 2009) menyatakan *e-commerce* adalah rangkaian teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis, menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas khusus melalui transaksi elektronik. Melibatkan perdagangan barang, layanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Saat ini terdapat beragam jenis *e-commerce* yang sedang berkembang di seluruh dunia, namun hanya beberapa di antaranya yang mengalami perkembangan di Indonesia. Salah satunya adalah *e-commerce* jenis *marketplace*, yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia. Contohnya, Tokopedia adalah sebuah *marketplace* yang memungkinkan individu maupun pemilik bisnis di Indonesia untuk membuka dan mengelola toko secara mudah dan gratis, sambil memberikan pengalaman jual beli yang aman dan nyaman.

Tokopedia merupakan platform perdagangan *online* yang memungkinkan setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk membuka dan mengelola toko *online* dengan mudah dan tanpa biaya, sambil memberikan pengalaman berbelanja *online* yang aman dan nyaman. Dengan moto "lebih lengkap, lebih aman, dan lebih terjangkau, tokopedia memungkinkan pengguna memilih dari beragam produk secara daring tanpa khawatir terkena penipuan. Sebagai pusat perbelanjaan *online* yang mengumpulkan berbagai toko terpercaya di seluruh Indonesia, pengguna, atau yang dikenal sebagai toppers, dapat membandingkan harga produk dari berbagai toko di tokopedia, sehingga memungkinkan mereka mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang lebih ekonomis. Menurut (Suhari, 2008) keputusan untuk melakukan pembelian secara *online* bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut: Efisiensi dalam pencarian (waktu yang singkat, kemudahan penggunaan, dan upaya pencarian yang mudah); nilai (harga yang kompetitif dan kualitas yang baik); serta interaksi (informasi, keamanan, waktu pemuatan halaman, dan navigasi).

Ancaman kejahatan dalam transaksi *online*, seperti penipuan, carding (pembajakan kartu kredit), dan transfer dana ilegal dari rekening tertentu, dapat meningkat secara signifikan ketika keamanan infrastruktur *e-commerce* masih kurang kuat. Indonesia menempati peringkat teratas dalam hal kejahatan siber, dengan 40% dari kejahatan siber berasal dari

negara ini. Hal ini disebabkan oleh kurangnya keamanan dan ketahanan siber di tingkat pemerintahan, yang menyebabkan maraknya kejahatan di dunia maya. (Rofiq, 2007) menyatakan keamanan infrastruktur *e-commerce* merupakan aspek yang menjadi fokus kajian yang sangat penting dan mendalam bagi para ahli di bidang komputer dan informatika. Situasi ini juga menciptakan hambatan bagi para pengguna internet yang ingin berbelanja secara *online*, karena mereka harus bersiap menghadapi risiko tambahan. Risiko-risiko ini mencakup kemungkinan ketidakpengiriman pesanan dan ancaman kejahatan lainnya yang dapat terjadi dalam pembelian secara *online*.

Faktor penting yang mempengaruhi pembelian secara *online* adalah faktor kemudahan. Untuk melakukan transaksi jual beli di Tokopedia.com, konsumen harus membuat akun terlebih dahulu melalui email dan melakukan konfirmasi email untuk mengaktifkannya. Proses pendaftaran yang panjang dan membutuhkan informasi pribadi kadang membuat sebagian orang enggan melakukannya karena ingin menjaga privasi mereka. Dalam proses pendaftaran, pengguna harus mengisi data pribadi seperti nama lengkap, nomor telepon, alamat email, dan informasi lainnya. Kewajiban untuk memberikan informasi pribadi tersebut kadang-kadang menjadi hambatan bagi sebagian orang untuk mendaftar. Menurut Chapell 2005 dalam (Aji, 2015) menyimpulkan bahwa lebih dari 69% konsumen internet membatasi pembelian *online* mereka karena kekhawatiran terkait privasi dan keamanan informasi pribadi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keamanan menjadi faktor krusial yang memengaruhi keputusan pembelian secara daring. Keamanan merupakan faktor penting yang memengaruhi transaksi jual beli, karena melalui keamanan, data transaksi dapat dikendalikan dan diamankan dari penyalahgunaan atau perubahan yang tidak sah (Setiawan & Fauziah, 2017).

Konsumen memiliki kepercayaan terhadap *e-commerce* yang berasal dari beberapa faktor, termasuk risiko yang mungkin terjadi saat melakukan pembelian secara. Salah satu risiko yang mungkin dihadapi oleh konsumen adalah risiko kinerja produk, yaitu kemungkinan produk atau layanan tidak sesuai dengan yang diharapkan misalnya, produk ternyata tidak sesuai dengan gambar di situs web. Risiko ini dapat menimbulkan ketidakpastian dan kesulitan dalam proses pembelian. Menurut (Setiawan & Fauziah, 2017) Risiko tentang kinerja produk dapat menimbulkan ketidakpastian yang secara alami akan dirasakan ketika melakukan transaksi pembelian secara *online*. Sedangkan menurut (Chao-min & Chiu, 2012) risiko kinerja merujuk pada potensi ketidakmungkinan produk yang telah dibeli untuk beroperasi sesuai dengan harapan. Ternyata risiko kinerja juga menjadi permasalahan di tokopedia. Meskipun tokopedia.com berperan sebagai pihak ketiga atau mediator dalam transaksi, namun perbedaan muncul terutama dalam hal risiko kinerja seperti kerusakan barang yang dikirim, perbedaan dengan aslinya, dan sebagainya.

Risiko kinerja dalam pembelian dapat berupa produk tidak original, produk rusak, produk tidak sesuai dengan yang terlampir di tokopedia. Risiko kinerja merupakan masalah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan jual beli.

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah di deskripsikan penulis tertarik untuk menyelidiki penelitian dengan judul “Pengaruh Risiko kinerja terhadap Keputusan Pembelian Online Di Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung)”.

LITERATUR

Keamanan

Keamanan merupakan salah satu aspek krusial dalam suatu sistem informasi. Keamanan transaksi *online* berkaitan dengan upaya mencegah penipuan atau minimal mendeteksi tindakan penipuan dalam suatu sistem yang berbasis informasi, di mana informasi tersebut tidak memiliki bentuk fisik. Karena nilai yang sangat penting dari informasi, seringkali diatur agar hanya dapat diakses oleh pihak-pihak tertentu. Jika informasi jatuh ke tangan pihak lain, dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Oleh karena itu, keamanan sistem informasi yang digunakan harus dijamin dalam batas yang dapat diterima.

Pembahasan mengenai *e-commerce* secara konsisten didominasi oleh isu keamanan transaksi *online*, seperti yang dibahas oleh (Elliot & Fowell, 2000), (Liao & Cheung, 2001) dan (Szymanski & Hise, 2000). Konsumen menunjukkan keprihatinan terhadap pengungkapan informasi pribadi dan finansial, sebagaimana dikemukakan oleh (Malhotra et al., 2004). Meskipun situs belanja *online* umumnya menyajikan kebijakan perlindungan privasi informasi dan menjamin keamanan transaksi, namun mereka seringkali tidak memberikan rincian informasi tentang mekanisme jaminan keamanan transaksi dan data pribadi (Gauzente, 2004).

Menurut (Bailey and Pearson, 1983) Keamanan adalah kemampuan toko dalam mengendalikan dan melindungi data transaksi dari penyalahgunaan atau perubahan yang tidak sah. Jaminan keamanan memainkan peran penting dalam membangun atau meningkatkan kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan kerentanan data transaksi. Keamanan sebagai kemampuan suatu toko *online* untuk mengendalikan dan menjaga keamanan transaksi data, (Park & Kim, 2008) menjelaskan bahwa jaminan keamanan memainkan peran krusial dalam membangun kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran konsumen terkait penyalahgunaan data pribadi dan potensi kerusakan data transaksi. Apabila tingkat jaminan keamanan dapat memenuhi harapan konsumen, maka konsumen kemungkinan besar akan merasa nyaman untuk memberikan informasi pribadi dan melakukan pembelian dengan keyakinan.

Risiko Kinerja

Risiko kinerja terjadi ketika produk tidak beroperasi sesuai dengan harapan yang diinginkan (Schiffman et al., 2010). Pernyataan serupa juga disampaikan oleh (Mowen & Minor, 2002) mendefinisikan risiko kinerja sebagai risiko bahwa produk tidak akan memberikan kinerja sesuai dengan yang diharapkan. Sementara itu, Chen dan Qin dalam (Setiawan & Fauziah, 2017) juga menyatakan bahwa risiko kinerja dapat berupa produk palsu, produk rusak, atau produk yang tidak sesuai dengan publisitas. (Chiu & Cho, 2019) risiko kinerja adalah kemungkinan bahwa produk yang telah dibeli tidak dapat berfungsi dengan baik. Chen dan Qin lebih lanjut menyatakan bahwa saat konsumen memilih untuk melakukan pembelian *online*, keprihatinan utama mereka adalah terkait produk yang tidak sesuai dengan promosi dan barang palsu atau rusak. Sebanyak 77,4% konsumen memilih untuk mempertimbangkan hal ini, menjelaskan bahwa risiko kinerja menjadi risiko utama yang paling menjadi kekhawatiran bagi pelanggan ketika mereka memutuskan untuk berbelanja di toko *online*.

Kesulitan dalam mengevaluasi kualitas produk (risiko kinerja produk) adalah risiko yang paling umum disebutkan oleh pengguna internet sebagai faktor yang mencegah mereka

melakukan pembelian secara *online* (Forsythe & Shi, 2003). Lebih lanjut, hasil penelitian Forsythe dan Shi mengindikasikan bahwa risiko kinerja memiliki dampak yang signifikan terhadap seberapa sering pembelian dilakukan secara *online*.

Keputusan Pembelian Online

Menurut (Schiffman & Kanuk, 2007) keputusan pembelian adalah proses pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, yang berarti bahwa seseorang harus memiliki beberapa alternatif pilihan ketika membuat keputusan. Keputusan pembelian mengacu pada tindakan konkret konsumen yang telah melakukan pembelian produk hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Kotler & Armstrong, 2004) keputusan pembelian melibatkan memilih merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, namun ada dua faktor yang dapat memengaruhi antara niat pembelian dan keputusan pembelian, yaitu sikap orang lain dan faktor situasional yang tidak diharapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan survei, di mana metode tersebut memanfaatkan kuesioner untuk menggali jawaban dari responden terkait korelasi antara variabel independent (X) dan variabel dependent (Y). Dalam konteks penelitian ini, variabel dependent adalah keputusan pembelian *online*, sementara variabel independent mencakup aspek keamanan dan risiko kinerja. Untuk objek penelitian ini adalah variabel keamanan dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian *online* pada mahasiswa manajemen angkatan 2020 pengguna tokopedia di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber analisis data. dimana data dikumpulkan dan diperoleh dengan cara memberikan kuesioner secara *online* melalui bantuan google form guna memperoleh informasi yang dibutuhkan. Sedangkan metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling. Kriteria utama pemilihan sampel di dalam penelitian ini adalah pengguna tokopedia yang telah melakukan pembelian di tokopedia lebih dari satu kali.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 23. Sedangkan untuk menguji tingkat signifikansi dilakukan dengan cara melakukan uji parsial dan uji simultan. Untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independent dan dependent dilakukan melalui uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keamanan	75	11.00	30.00	21.4146	3.95328
Risiko Kinerja	75	4.00	15.00	10.9268	2.17040
Keputusan Pembelian	75	10.00	40.00	30.8780	5.67514
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif diatas, menunjukkan bahwa pada variabel keamanan memiliki nilai minimum sebesar 11.00 sedangkan nilai maksimum sebesar 30.00 dan mean (rata-rata) keamanan setiap orang sebesar 21.4146, standar deviasi data keamanan adalah 3.95328. Pada variabel risiko kinerja nilai minimum 15.00 sedangkan nilai maksimum sebesar 15.00 dan mean (rata-rata) risiko kinerja setiap orang sebesar 10.9268 standar deviasi data risiko kinerja adalah 2.17040. Lalu yang terakhir pada variabel keputusan pembelian *online* memiliki nilai minimum 10.00 , nilai maksimum sebesar 40.00 dan mean (rata-rata) keputusan pembelian *online* setiap orang sebesar 30.8780, standar deviasi data keputusan pembelian *online* adalah sebesar 5.67514.

Uji Validitas dan Realibilitas

Pada tahap awal penelitian dilakukan uji validitas dan realibilitas pada setiap item variabel penelitian. Hasil uji validitas dan realibilitas sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

		Correlations						
		Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan
Keamanan	Pearson	1	.488**	.433**	.336**	.295**	.457**	.669**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.007	.000	.000
N		75	75	75	75	75	75	75
Keamanan	Pearson	.488**	1	.568**	.588**	.488**	.402**	.808**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N		75	75	75	75	75	75	75
Keamanan	Pearson	.433**	.568**	1	.309**	.375**	.426**	.705**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.005	.001	.000	.000
N		75	75	75	75	75	75	75
Keamanan	Pearson	.336**	.588**	.309**	1	.808**	.464**	.786**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.005		.000	.000	.000
N		75	75	75	75	75	75	75
Keamanan	Pearson	.295**	.488**	.375**	.808**	1	.550**	.781**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001	.000		.000	.000
N		75	75	75	75	75	75	75

		Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan	Keamanan
Keamanan	Pearson	.457**	.402**	.426**	.464**	.550**	1	.718**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Keamanan	Pearson	.669**	.808**	.705**	.786**	.781**	.718**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas
Reliability Statistics
Cronbach's Alpha N of Items

.839	6
------	---

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas
Correlations

		Risiko Kinerja	Risiko Kinerja	Risiko Kinerja	Risiko Kinerja
Risiko Kinerja	Pearson	1	.800**	.349**	.848**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	75	75	75	75
Risiko Kinerja	Pearson	.800**	1	.439**	.879**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75
		Risiko Kinerja	Risiko Kinerja	Risiko Kinerja	Risiko Kinerja
Risiko Kinerja	Pearson	.349**	.439**	1	.755**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	75	75	75	75
Risiko Kinerja	Pearson	.848**	.879**	.755**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75

N	75	75	75	75
---	----	----	----	----

Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas
Reliability Statistics
Cronbach's Alpha **N of Items**
.751 3

Sumber : Data diolah (2023)

		Correlations								
		Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	1	.502**	.546**	.454**	.612**	.417**	.594**	.638**	.762**
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.502**	1	.616**	.675**	.634**	.450**	.529**	.390**	.771**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.546**	.616**	1	.637**	.774**	.605**	.631**	.374**	.834**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.454**	.675**	.637**	1	.726**	.492**	.620**	.374**	.801**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.612**	.634**	.774**	.726**	1	.692**	.702**	.494**	.905**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.417**	.450**	.605**	.492**	.692**	1	.427**	.374**	.729**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.594**	.529**	.631**	.620**	.702**	.427**	1	.432**	.785**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82

		Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an	Keputus an Pembeli an
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.638**	.390**	.374**	.374**	.494**	.374**	.432**	1	.643**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.001	.001	.000	.001	.000		.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Keputus an Pembeli an	Pearson Correlati on	.762**	.771**	.834**	.801**	.905**	.729**	.785**	.643**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 7. Hasil Uji Realibilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	8

Sumber : Data diolah (2023)

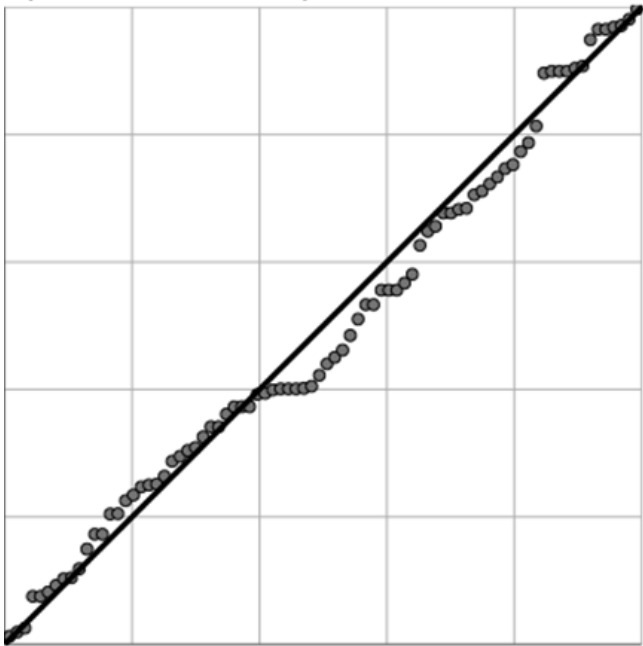
Uji validitas telah dilakukan dan seluruh item pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan uji reliabilitas nilai Cronbach's alpha dari item keamanan sebesar 0.839, risiko kinerja sebesar 0.751 dan keputusan pembelian *online* sebesar 0.906. Dapat dilihat bahwa semua nilai Cronbach's alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,70. Menurut (Ghozali, 2016) variabel dikatakan realibel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan sebelum menjalankan analisis regresi linier berganda. Pengujian asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolenieritas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kualitas data dianggap baik jika distribusinya bersifat normal (Ghozali, 2016). Salah satu cara pertama untuk menguji normalitas data adalah dengan menggunakan Pendekatan Grafik. Pendekatan Grafik yang digunakan adalah Normality Probability Plot.



Gambar 1. Probability Plot

Hasil dari pengujian normalitas menggunakan Normality Probability Plot menunjukkan bahwa data memiliki distribusi atau sebaran yang normal, yang dapat dilihat dari titik-titik yang tersebar sekitar sumbu diagonal pada grafik. Pendekatan lain untuk menguji normalitas data adalah menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 8. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.98581676
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.058
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi atau dengan kata lain data dapat dianggap memiliki distribusi normal.

Uji Multikolenieritas

(Ghozali, 2016) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi di antara variabel bebas. Prosedur pengujiannya melibatkan analisis nilai tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance > 0,10 dan

nilai VIF < 10.00 dapat disimpulkan bahwa multikolinieritas tidak terjadi. Hasil dari uji multikolinieritas dapat ditemukan dalam tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolenieritas
Coefficients^a

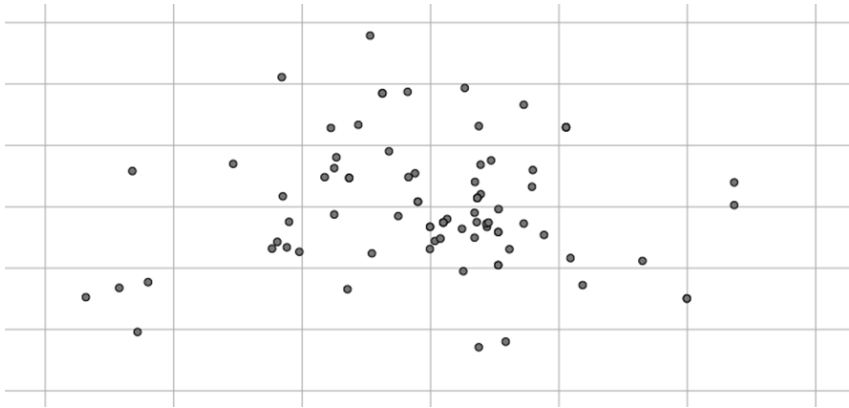
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.815	2.290		3.413	.001		
Keamanan	.328	.166	.248	1.980	.051	.415	2.408
Risiko Kinerja	1.178	.303	.487	3.884	.000	.415	2.408

Sumber : Data diolah (2023)

Hasil pengujian multikolinieritas variabel independent memiliki nilai tolerance 0.415 lebih dari 0.10 dan VIF kurang dari 10.00 maka berkesimpulan bahwa asumsi multikolinieritas sudah terpenuhi atau data tidak terjadi gejala multikolinierita.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode yang digunakan melibatkan Scatterplot.



Gambar 2. Pendekatan Scatterplot

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas di atas, dapat disimpulkan bahwa titik-titik yang tersebar pada scatterplot tidak menunjukkan pola tertentu atau tidak membentuk pola yang jelas. Dengan demikian model regresi yang diterapkan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Lalu selanjutnya dengan metode uji park bisa dilihat pada tabel 5 Dibawah.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas Park
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.976	1.080		2.755	.007
Keamanan	.041	.078	.090	.525	.601
Risiko Kinerja	-.226	.143	-.269	-1.578	.119

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas park diatas pada tabel 5, jika nilai signifikan lebih besar dari 0.05 maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Variabel independent memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka berkesimpulan bahwa data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tahap berikutnya adalah melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui korelasi antara variabel independen dan variabel dependen menggunakan metode regresi linear berganda, Uji t (parsial), dan Uji F (simultan).

Tabel 11. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7.815	2.290		3.413	.001
Keamanan	.328	.166	.248	1.980	.051
Risiko Kinerja	1.178	.303	.487	3.884	.000

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362.624	2	181.312	70.278	.000 ^b
	Residual	379.249	147	2.580		
	Total	741.873	149			

Sumber : Data diolah (2023)

Dari data yang ada pada tabel 6, Uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0.000 dengan nilai F sebesar 70.278. Karena nilai p-value kurang dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa model regresi secara signifikan layak. Pada tabel 6 menunjukkan nilai *Adjusted R2* sebesar 0.471 maka ini mengindikasikan bahwa 47,1% variabel keamanan dan risiko kinerja memberikan sumbangan pengaruh sebesar 47,1% terhadap keputusan pembelian *online* dan 52,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pada tabel 6 variabel keamanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.051 lebih dari 0.05 maka variabel keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *online*

sedangkan variabel risiko kinerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05 maka variabel risiko kinerja memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *online*.

Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online

Berdasarkan hasil pengujian terhadap data kuesioner dari 75 responden dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada mahasiswa pengguna tokopedia di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Salsabila et al., 2018) yang menyimpulkan bahwa faktor keamanan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Hasil penelitian ini juga selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Irawan, 2018) pada variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online*. Penelitian ini tidak sesuai dengan temuan (Hr et al., 2020) yang mencatat bahwa variabel keamanan berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Ketidakesesuaian hasil dalam penelitian ini disebabkan oleh perbedaan pada objek penelitian dari masing-masing peneliti.

Responden mempersepsikan risiko kinerja lebih penting daripada keamanan. Jaminan keamanan justru berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen akan bersedia memberikan informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

Pengaruh Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Online

Berdasarkan hasil pengujian terhadap data kuesioner dari 75 responden dapat disimpulkan bahwa variabel risiko kinerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada mahasiswa pengguna tokopedia di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Secara keseluruhan tingkat risiko kinerja dalam bertransaksi di tokopedia dinilai cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden dalam memberikan nilai tingkat risiko kinerja yang ada di tokopedia tidak terlalu mengkhawatirkan. Hal ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh (Chiu & Cho, 2019) Risiko kinerja adalah kemungkinan bahwa produk yang telah dibeli tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan. Risiko kinerja adalah risiko produk palsu atau produk rusak dan produk tidak sesuai dengan publisitas. Lebih lanjut Chen dan Qin menyatakan bahwa ketika konsumen memutuskan membeli secara *online* hal yang mereka khawatirkan adalah produk yang tidak sesuai dengan publisitas. Sehingga hasil penelitian ini secara umum mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh (Parengkuan, 2014) dan (Nursani et al., 2019) menemukan bahwa risiko kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda secara parsial, dapat dinyatakan bahwa variabel keamanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di *marketplace* Tokopedia. Sebaliknya, variabel risiko kinerja dinilai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di platform tersebut. Pengamatan terhadap masing-masing variabel ini memberikan wawasan yang lebih rinci tentang bagaimana setiap elemen dapat memengaruhi perilaku pembelian.

Sementara itu, hasil dari analisis regresi secara keseluruhan mengindikasikan bahwa, meskipun variabel keamanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara terpisah, namun ketika dipertimbangkan bersama-sama dengan variabel risiko kinerja, keduanya secara bersamaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di *marketplace* Tokopedia. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa faktor keamanan dan risiko kinerja secara kolektif memiliki peran penting dalam membentuk preferensi konsumen dan keputusan pembelian *online* di platform tersebut.

Diharapkan bahwa *Marketplace* tokopedia dapat meningkatkan sistem keamanannya, mengingat hal ini melibatkan teknologi yang perlu terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Tujuan dari perbaikan ini adalah agar konsumen merasa lebih yakin bahwa keamanan yang diberikan oleh *Marketplace* tokopedia sulit untuk disalahgunakan, terutama oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, diharapkan tokopedia juga dapat menyediakan layanan yang memprioritaskan tingkat risiko kinerja yang rendah bagi konsumen. Langkah ini akan menciptakan keunggulan-keunggulan baru yang tidak tersedia di situs belanja *online* lainnya, sehingga *Marketplace* tokopedia menjadi pilihan utama konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. F. B. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. *Cakrawala Pendidikan*, 1–72.
- Baum, D., & Sunarto. (2009). Seluk Beluk E-Commerce. *Garailmu*, 27.
- Chao-min, & Chiu. (2012). "Understanding customers" repeat purchase intentions in B2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk". *Information Systems Journal*, 24, 85–114.
- Chiu, W., & Cho, H. (2019). E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(6), 1339–1362. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0403>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Alfabeta*, 1(1), 1–99.
- Hr, G. I., Fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang). *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*.
- Irawan. (2018). (Studi Kasus Konsumen Di Wilayah Tangerang Selatan) *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian online. XXIII*, 114–

122.

- Laudon, & Kennetch. (2015). *Sistem informasi manajemen : mengelola perusahaan digital*.
- Nursani, Rois, & Hufon, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 1–14.
- Parengkuan. (2014). Perceived Information Security, Information Privacy, Risk And Institutional Trust On Consumer's Trust In E-Commerce. *Jurnal EMBA*, 2, 788–797.
- Rofiq, A. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). *Universitas Brawijaya*, 157.
- Salsabila, Muhammad, F., & Puri, C. (2018). Pengaruh Keamanan Konsumen dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion di Shopee dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. *Journal Competency of Business*, 2(1), 40–52.
- Setiawan, E. H., & Fauziah, A. (2017). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Tokopedia.com di Kabupaten Lumajang. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 01(1), 64–75.
- Suhari, Y. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. XIII(2), 140–146.