

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019/2020

## **EFEK *PRIVACY CONCERNS*, *PERCEIVED RISK* DAN *TRUST* PADA PERILAKU ONLINE PURCHASING MASYARAKAT KOTA BATAM**

**Nama: Yulianharto**  
**NPM: 1641039**

### **ABSTRAK**

Perkembangan internet di era ini sangat pesat dimana di zaman sekarang orang lebih memilih menggunakan media online sebagai sarana untuk berbelanja maupun bertransaksi dan riset ini mempelajari bagaimana dampak dan perilaku calon konsumen atau konsumen terhadap *privacy concerns* yang ditimbulkan oleh media internet yang sebagai tempat berbelanja dan *trust* pada website yang digunakan serta *perceived risk* seperti resiko manfaat produk dan resiko penyalahgunaan informasi pribadi di media internet yang berdampak pada *attitude* seseorang dan niat konsumen untuk melakukan pembelian online.

Riset ini termasuk jenis penelitian kuantitatif yang menetapkan paham objektivitas, Objek riset ini adalah perilaku konsumen yang berbelanja di aplikasi online purchasing. Populasi dalam riset ini ialah masyarakat Batam. Penentuan sampel pada riset ini ialah teknik *non-probability sampling* dengan metode *judgemental sampling*. Pengumpulan data mengirimkan kuesioner melalui media internet yang berbentuk (*Google Form*) kepada masyarakat Batam yang menggunakan sosial media. Menganalisis data demografi responden menggunakan perangkat lunak SPSS 23.0 serta Smart PLS 3.0 sebagai perangkat untuk menganalisis data umum responden. Hasil penelitian ini memiliki beberapa variabel yang membangun variabel niat untuk melakukan belanja online yaitu variabel masalah privasi yang mengembangkan peran mediasi kepercayaan, risiko yang dirasakan dan sikap. Keputusan untuk menggunakan variabel disebutkan dikarenakan peneliti sebelumnya memberikan gambaran untuk masalah yang akan dipelajari. Hasil penelitian berdasarkan hasil penelitian ini memiliki beberapa variabel yang membangun variabel niat untuk melakukan belanja online yaitu variabel masalah privasi yang mengembangkan peran mediasi kepercayaan, risiko yang dirasakan dan sikap. Studi ini menunjukkan masalah privasi (*privacy concerns*) kepercayaan (*trust*), resiko yang dirasakan (*perceived risk*), sikap dalam melakukan pembelian online (*attitude to purchase online*) dan niat melakukan pembelian online (*intention to purchase online*) memiliki hubungan yang saling memengaruhi secara signifikan.

**Kata Kunci:** masalah privasi; e-commerce; perilaku pembelian; kepercayaan risiko yang dirasakan.