

PENGARUH KEAMANAN, PRIVASI, DAN REPUTASI TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN *ONLINE SHOPPING* DI KOTA PADANG

Nurhatinah¹, Akhirmen¹, Whyosi Septrizola¹

¹Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

Email: nurhatinah.97@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh keamanan terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang, (2) Pengaruh privasi terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang, (3) Pengaruh reputasi terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang, (4) Pengaruh keamanan, privasi, dan reputasi terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas. Populasi pada penelitian ini adalah warga kota Padang yang sudah pernah berbelanja *online*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel keamanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang, variabel privasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang, dan variabel reputasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang. Sedangkan secara simultan, variabel keamanan, privasi, dan reputasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen *online shopping* di Kota Padang.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen *online Shopping*, Keamanan, Privasi, dan Reputasi.