

**PENGARUH KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
NIAT UNTUK BERTRANSAKSI SECARA ONLINE**

**SKRIPSI**

**FADILLAH PRADINI PUTRI**

**NIM 105730488414**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAHMAKASSAR  
2019**

**PENGARUH KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
NIAT UNTUK BERTRANSAKSI SECARA ONLINE**

**FADILLAH PRADINI PUTRI**

**NIM 105730488414**



**Untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar  
sarjana Strata Satu (S1) pada Jurusan Akuntansi**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2019**

## PERSEMBAHAN



Karya ini kupersembahkan teruntuk :

Kedua orang tuaku (Erwin Zainuddin & Ibu Hj. Nursidah ) yang senantiasa selalu memberikan do'a dan dukungan, kalian adalah segalanya bagiku.

Adik-adikku (Muh Reyhan Ramadhan & Fhatiyah Putri Anindiya) dan seluruh keluargaku.

Kekasih hatiku (Edi Ismawan) yang menjadi penyemangat dikala aku lelah, yang menjadi obat dikala aku sakit, yang menjadi air dikala aku merasa dahaga. Semoga kelak engkau akan menjadi imam bagiku, dan semoga Allah senantiasa memelihara kita dalam hubungan ini aamiin... Mutmainnah Yusuf, Eli Nurfitriyani, Sri Rahayu sahabatku tercinta begitu banyak waktu yang kita lalui bersama dengan suka, duka, senang, sedih, canda dan tawa di dalamnya berjuang bersama meraih keinginan.

Muh. Fajrin , Benhard Erwin , Neanchy Dinasty, Agustinus Riberu, Ayu Lestari, dan Soeprapto yang senantiasa memberikan motivasi dan menjadi sumber inspirasi.

Para sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Teman-teman serta orang-orang yang dekat dihatiku tanpa mereka semua aku takkan berarti.

## MOTO HIDUP

Berangkat dengan penuh keyakinan. Berjalan dengan penuh keikhlasan. Istiqomah dalam menghadapi cobaan. YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.259 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972 Makassar



**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap niat  
untuk bertransaksi secara online

Nama Mahasiswa : Fadillah Pradini Putri

No. Stambuk/ NIM : 105730488414

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan di depan  
panitia penguji Skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Selasa tanggal 02 Juli 2019

Makassar, 02 Juli 2019

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Nurniah, SE., M.SA. Ak. CA

NIDN : 001706604

Muchriana Muchran, SE, M.Si, Ak. CA

NIDN : 0930098801

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Ismail Badolahi, SE, M.Si, Ak. CA, CSP

NBM 1073428



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.259 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972 Makassar



**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap niat  
untuk bertransaksi secara online  
Nama Mahasiswa : Fadillah Pradini Putri  
No. Stambuk/ NIM : 105730488414  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 02 Juli 2019

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Nurniah, SE., M.SA. Ak. CA

NIDN : 001706604

Muchriana Muchran, SE, M.Si, Ak. CA

NIDN : 0930098801

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Ismail Badollahi, SE, M.Si, Ak. CA. CSP

NBM: 1073428



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Alamat : Jln. Sultan Alauddin No.259 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972  
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
**LEMBAR PENGESAHAN**

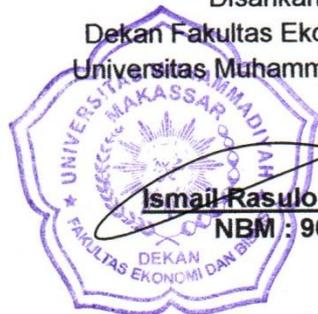
Skripsi atas Nama **Fadillah Pradini Putri, NIM 105730488414**, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : M, Tanggal M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 02 Juli 2019

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Prof Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM  
(Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM  
(WD 1 Fak. Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Muryani Arsal, SE,MM,Ak,CA  
2. Dr. Ismail Badollahi, SE., M.Si. Ak. CA. CSP  
3. Abd. Salam, SE., M.Si., Ak.CA  
4. Ismail Rasulong, SE., MM

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Ismail Rasulong, SE, MM**  
NBM : 903078



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Alamat : Jln. Sultan Alauddin No.259 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972  
Makassar



**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadillah Pradini Putri  
No. Stambuk/ NIM : 105730488414  
Program Studi : Akuntansi  
Dengan Judul : Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat  
Untuk Bertransaksi Secara Online

Dengan ini menyatakan bahwa :

***Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah ASLI hasil karya sendiri , bukan jiplakan dan tidak di buat oleh siapapun.***

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 02 Juli 2019



Fadillah pradini putri

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM: 903 078

Ketua Jurusan Akuntansi

**Dr. Ismail Badollahi, SE, M.Si, Ak, CA, CSP**  
NBM: 107 3428

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakalah penulis skripsi yang berjudul “PENGARUH KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT UNTUK BERTRANSAKSI SECARA ONLINE”.

Skripsi yang penulis buat ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Erwin Z dan ibu HJ.Nursidah yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa yang tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah dibeikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahatya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitupula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasullong, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. Ismail Badollahi SE., M.SI.,Ak,CA,CSP selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Nurniah,SE.,M.SA.Ak,CA, selaku Pembimbing 1 yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Muchriana Muchran, SE.,M.SI.,Ak.CA, selaku Pembimbing 2 yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Angkatan 2014 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karna itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 10 Juni 2019

Penulis

Fadillah pradini putri



## ABSTRAK

**FADILLAH PRADINI PUTRI**, Tahun 2019 Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap niat untuk bertransaksi secara online, Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I IbuNurniah dan Pembimbing II Ibu Muchriana Muchran.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai keamanan dan kepercayaan suatu konsumen atau para karyawan-karyawan yang telah, sementara atau pernah menggunakan internet dalam melakukan transaksi secara online dan mengerti situs-situs yang menawarkan tentang pembelian secara online. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian menggunakan data kuantitatif. Data yang diolah dengan menggunakan software statistik SPSS v 24 yaitu dengan teknik pengumpulan data dengan memberikan kusioner pada responden. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dapat dilihat dari hasil uji t atau t hitung, keamanan memperoleh nilai t hitung = 2,502 dan sig = 0,016 < 0,05 jadi H1 diterima dan kepercayaan memperoleh nilai t hitung = 3,400 dan sig = 0,001 < 0,05 jadi H2 diterima ini berarti bahwa pengaruh keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online.

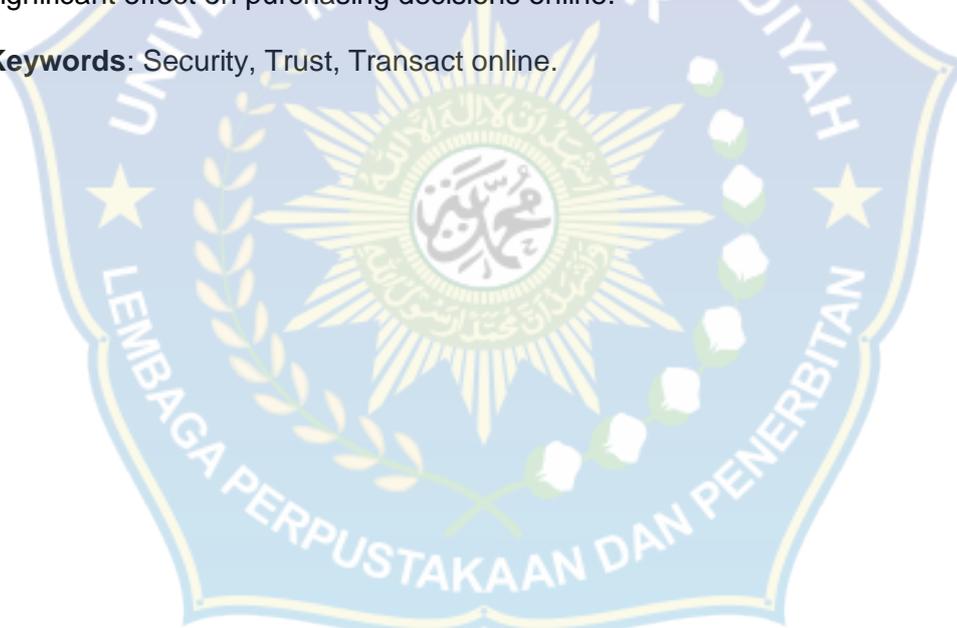
**Kata Kunci:** Keamanan,Kepercayaan,Bertransaksi secara online.

## ABSTRACT

**FADILLAH PRADINI PUTRI**, Year 2019 Effect of security and trust on the intention to transact online, Thesis Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I Nurniah and Advisor II Muchriana Muchran.

This study aims to assess the security and trust of a consumer or employees who have, temporarily or have used the internet to conduct transactions online and understand sites that offer online purchases. The type of research used is research using quantitative data. Data processed using SPSS v 24 statistical software, namely with data collection techniques by giving questionnaires to respondents. While the data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, which is used to measure the strength of the relationship between two or more variables. Can be seen from the results of the t test or t count, security obtains the value of t arithmetic = 2.502 and sig = 0.016 <0.05 so H1 is acc and trust scores t count = 3.400 and sig = 0.001 <0.05 so H2 is acc this means that the influence of security and trust has a positive and significant effect on purchasing decisions online.

**Keywords:** Security, Trust, Transact online.



## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN DAN MOTTO HIDUP</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
A. Tinjauan Teori .....	5
A1. Akuntansi.....	5
A2. Keamanan .....	7
A3. Kepercayaan .....	9

A4.	Niat Bertransaksi Secara Online .....	12
A5.	Sikap .....	13
A6.	Pengalaman Menggunakan Internet .....	13
A7.	TAM (Technology acceptance model) / Model penerimaan teknologi .....	15
B.	Tinjauan Empiris.....	22
C.	Kerangka Konsep.....	26
D.	Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
A.	Jenis Penelitian .....	27
B.	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
C.	Definisi Operasional Variabel .....	27
D.	Populasi dan Sample .....	29
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	30
F.	Teknik Analisis .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>32</b>
A.	Penyajian Data (Hasil Penelitian) .....	32
B.	Analisis Dan Interpretasi (Pembahasan).....	35
a.	Pengujian Instrumen .....	35
1)	Uji Reliabilitas .....	35
2)	Uji Validitas .....	36
3)	Analisis Regresi Berganda .....	37
b.	Pengujian Hipotesis .....	38
c.	Pembahasan.....	41
<b>BAB V Penutup .....</b>		<b>44</b>
A.	Kesimpulan .....	44

B. Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
2.1	Diagram Technology Acceptance Model .....	17
2.2	Kerangka Konsep .....	26



## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
2.1	Transaksi Pembelian Tunai.....	6
2.2	Transaksi Pembelian Kredit .....	6
3.1	Sample.....	29
4.1	Responden .....	32
4.2	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	33
4.3	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Usia .....	34
4.4	Reliability Statistics .....	35
4.5	Item-Total Statistick.....	36
4.6	Hasil Uji Validitas .....	36
4.7	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	38
4.8	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	38
4.9	Hasil Uji t.....	39
4.10	Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	40

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Internet tidak hanya sebagai penyedia informasi, namun dapat digunakan sebagai media pemasaran dan perdagangan yang telah banyak dibicarakan akhir-akhir ini seperti kegiatan belanja online merupakan cara baru dalam melakukan transaksi. Dalam kegiatan ini pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung seperti halnya penjual biasa. Penjual yang dimaksud disini yaitu penjual yang akan menggunakan internet untuk menampilkan situs yang mereka miliki sebagai toko dengan segala produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kemudian konsumen sebagai pembeli juga akan melihat dan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan melalui situs yang ada.

Hal yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan belanja online karna menghemat waktu, tidak perlu keluar rumah, barang langsung diantar ke rumah, dapat membandingkan produk dengan mudah, mendapatkan harga yang lebih murah, dan kualitas yang tidak kalah dari toko-toko. Kemudahan dalam belanja merupakan faktor penting dalam situs penjualan karna hal ini berkaitan dengan kenyamanan konsumen (Szymanski and Hise,2000 dalam Ishak,2012).

Saat yang bersamaan juga banyak yang menolak untuk menggunakan internet melakukan transaksi secara online, terutama karna masalahkeamanandan kepercayaan pada internet.Hubungan antara keyakinan tentang keamanandan kepercayaan dalam mendorong pembelian melalui internet merupakan subjek dalam tulisan ini. Khususnya bagaimana

pandangan individu tentang keamanan dan kepercayaan pada internet dan sikap dalam pembelian melalui internet, akan mempengaruhi niat individu untuk melakukan transaksi secara online. Peranan pengalaman masa lalu dengan internet dalam mempengaruhi sikap individu.

Sasaran dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh antara kepercayaan dan keamanan. Dalam penelitian ini fokus pada awal kepercayaan, kepercayaan berhubungan pada konsumen untuk percaya bahwa toko online mampu untuk melaksanakan transaksi dan melindungi informasi pribadi konsumen.

Menurut pandangan ini, internet adalah suatu jaringan komputer yang satu dengan yang lain saling terhubung untuk keperluan komunikasi dan informasi. Yang dimana informasi tersebut dibuat oleh penyelenggara atau pemilik informasi yang menitipkan informasinya kepada penyedia layanan internet.

Meningkatnya jumlah pengguna internet, telah menarik berbagai usaha bisnis untuk memasarkan produknya melalui internet. Keberadaan internet telah mengubah berbagai aktivitas masyarakat, tidak terkecuali dalam transaksi jual beli. Tingginya jumlah masyarakat Indonesia yang mulai terbiasa dengan jual beli online berdampak pada munculnya pelaku bisnis online. Pelaku bisnis atau penjual perlu memahami perubahan perilaku konsumen yang terjadi agar proses bisnis yang dijalankan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh (Setyawati et al., 2016) yang meneliti mengenai "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Produk Online Shop Dengan Norma Subjektif Sebagai Variabel

Moderasi”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keamanan, kepercayaan, dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk online shop pada konsumen online shop.

Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian sebelumnya populasi yang diambil dalam penelitiannya adalah seluruh konsumen online shop di surakarta. Dalam artian siapa saja bisa jadi responden dalam penelitian tersebut baik itu remaja , dewasa atau lansia. sedangkan populasi dalam penelitian saya memilih pegawai badan kepegawaian daerah yang telah, sementara atau pernah menggunakan internet dalam melakukan transaksi secara online dan mengerti situs-situs yang menawarkan tentang pembelian secara online.

Alasan peneliti mengambil judul tersebut di karenakan dijamin sekarang sudah semakin modern, teknologi sudah semakin berkembang, dan meningkatnya jumlah pengguna internet dalam transaksi jual beli secara online dengan menggunakan internet sudah sangat mudah bagi konsumen atau pegawai yang tidak bisa keluar berbelanja secara langsung di karenakan sibuk bekerja dan urusan rumah tangga, jadi tdk ada waktu untuk keluar ke mall atau tempat perbelanjaan lainnya, maka dalam situasi seperti itu keberadaan internet berperan penting untuk melakukan transaksi secara online. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengamatan dengan judul penelitian **“Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertansaksi Secara Online”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka keamanan dan kepercayaan merupakan hal penting yang mempengaruhi niat individu untuk bertransaksi secara online. Dengan demikian permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah keamanan konsumen berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menguji pengaruh keamanan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online.
2. Menguji pengaruh kepercayaan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis sebagai bahan penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh derajat kesarjanaan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Hasil penelitian ini dapat menambah informasi dan pengembangan teori ke dalam praktik.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengembangan teori.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **A.1 Akuntansi**

Pengertian akuntansi adalah suatu proses mengidentifikasi, mencatat, mengukur dan menganalisa suatu transaksi yang terjadi di dalam suatu perusahaan. Transaksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang mempengaruhi posisi keuangan. Tujuan akuntansi secara keseluruhan adalah memberikan informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Yang dimana berfungsi untuk memberikan informasi secara kuantitatif, terutama informasi mengenai posisi keuangan dan hasil kinerja perusahaan. Dalam kehidupan sehari-hari kita semua menggunakan akuntansi dalam berbagai bentuk dan manfaatnya, misalnya ketika mempertimbangkan untuk membeli sebuah barang secara online, kita akan mempertimbangkan terlebih dahulu untuk mengambil keputusan dalam menentukan apakah anda akan mempercayainya dan akan membeli suatu barang atau produk yang di inginkan atautkah anda masih ragu dalam membeli suatu produk tersebut.

Ada dua cara dalam mencatat transaksi pembelian barang dagang yakni sebagai berikut :

1. Sistem inventaris fisik atau periodik yakni dengan cara mencatat pembelian pada akun pembelian diposisi sebelah debet.

2. Sistem inventaris terus menerus atau perpetual yakni dengan cara mencatat pembelian pada akun persediaan disebelah debet.

#### Contoh Transaksi Pembelian Tunai

Lalu pada tanggal 11 September membeli Handphone secara tunai dengan harga @ Rp.3.000.000,-

**Tabel 2.1.**

<b>Periodik</b>	<b>D</b>	<b>K</b>	<b>Perpetual</b>	<b>D</b>	<b>K</b>
Pembelian	3.000.000		Persediaan	3.000.000	
Kas/Bank		3.000.000	Kas/Bank		3.000.000

#### Contoh Transaksi Pembelian Kredit

Dibawah ini adalah contoh transaksi pembelian secara kredit.

Pada tanggal 28 Oktober membeli 20 buah jam tangan merek QQ Seharga @ Rp.250.000,- secara kredit.

**Tabel 2.2.**

<b>Periodik</b>	<b>D</b>	<b>K</b>	<b>Perpetual</b>	<b>D</b>	<b>K</b>
Pembelian	5.000.000		Persediaan	5.000.000	
Hutang Dagan		5.000.000	Hutang Dagang		5.000.000

Persaingan bisnis yang begitu ketat, mengharuskan penjual untuk tetap memberikan informasi yang akurat. Untuk itu dibutuhkan sebuah laporan yang memberikan informasi terkait dengan kondisi serta kinerja. Maka data akuntansi digunakan sebagai acuan dalam menyusun laporan

keuangan sehingga mampu memberikan informasi yang bisa digunakan oleh pemakai informasi dalam mengambil keputusan.

Dalam alquran ternyata Allah menggunakan sistem yang mirip dengan apa yang sekarang kita kenal dengan akuntansi. Allah tidak membiarkan kita bebas tanpa monitoring dan pencatatan dari Allah. Allah memiliki malaikat rakib dan atid yang tugasnya mirip dengan tugas akuntansi yaitu mencatat setiap kegiatan maupun transaksi yang dilakukan oleh setiap manusia, yang menghasilkan buku yang disebut sijjin (laporan amal baik) dan illyin (laporan amal buruk). (Mira;2017)

## **A.2 Keamanan**

Menurut Park dan Kim seperti yang dikutip dalam Cicilia Desy Widya Permatasari,2015. Keamanan yaitu sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan, penjagaan keamanan atas transaksi data dan jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

Kesejahteraan dalam media internet berjumlah sangat besar serta memiliki bentuk yang beragam karena berbagai alasan. yaitu :

- a. Identitas individu atau organisasi dalam dunia internet mudah untuk dipalsukan, tetapi sulit dibuktikan secara hukum.

- b. Tidak membutuhkan sumber daya ekonomi yang besar untuk melakukan kejahatan dalam internet.
- c. Menyediakan akses yang luas pada pengguna yang potensial menjadi korban.
- d. Kejahatan dalam internet, identitas pelaku tidak dikenal dan sulit mendapatkan pelaku.

Rasa aman mungkin menggambarkan subyektif sebagai kemungkinan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka akan tidak dapat dilihat dan berpindah tanpa persetujuan. Dalam transaksi online sebagaimana dikemukakan oleh Onno W. Purbo, bahwa keamanan sistem informasi berbasis internet menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan, karena jaringan komputer internet bersifat publik dan global pada dasarnya tidak aman. Pada saat data terkirim dari suatu komputer ke komputer lain di dalam internet, data ini akan melewati sejumlah komputer lain yang bisa memberi kesempatan kepada pengguna internet lain untuk menyadap atau mengubah data tersebut. Pembobolan sistem keamanan di internet hampir setiap hari terjadi di seluruh dunia. Resiko bertransaksi melalui internet sangat dimungkinkan, penyusup berhasil mengakses komputer dalam jaringan yang dilindungi. Jika terjadi ketidaknyamanan dalam jaringan komputer menjadi beban bagi pelaku usah dalam hal tanggung jawabnya.

Kegiatan ini disamping memberikan keuntungan dalam bertransaksi secara *online*, disisi lain mengandung beberapa resiko diantaranya adalah, gangguan *website* yang diakibatkan oleh para *hacker*. *Hacker*

memungkinkan untuk masuk, mengacak-acak dan sekaligus mencari apa yang dirasakan menguntungkan mereka. Para hacker juga dapat membuat kerusakan yang tidak dapat diperbaiki lagi, mencuri program dan data, atau menghapus semua data yang berharga, mengubah tampilan dan isi situs, atau mengubah situs secara keseluruhan. Aktivitas para *hacker* ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pencuri yang mengacak-acak dan mengambil barang milik kita. Dalam hal ini sangat penting diperlukan sistem keamanan yang mampu melindungi *website* dari gangguan para *hacker*. Masalah keamanan menjadi masalah yang cukup menentukan bagi para pengusaha.

### A.3 Kepercayaan

Menurut Ainur Rofiq seperti yang dikutip dari Yousafzai dalam Galla, 2011. *Kepercayaan* merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan (*trust*) ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. *Trust* telah dipertimbangkan dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan. (Yousafzai *et al.* 2003 dalam Marlien R.A., 2010)

Menurut Yousafzai *et al.*,2003 dalam Galla,2011 terdapat enam definisi yang relevan tentang kepercayaan yaitu sebagai berikut :

- a. Rotter (1967) mendefinisikan *trust* adalah keyakinan bahwa kata atau janji seseorang dapat dipercaya dan seseorang akan memenuhi kewajibannya dalam sebuah hubungan pertukaran.
- b. Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan bahwa *trust* akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya.
- c. Mayer *et al.* (1995) mendefinisikan *trust* adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya.
- d. Rousseau *et al.* (1998) mendefinisikan *trust* adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perhatian atau perilaku yang baik dari orang lain.
- e. Gefen (2000) mendefinisikan *trust* adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.
- f. Ba dan Pavlou (2002) mendefinisikan *trust* adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaannya dalam suatu lingkungan yang penuh ketidak-pastian.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat dinyatakan bahwa *trust* adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang mempercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan muncul hanya ketika mereka yang terlibat "dipastikan oleh pihak lainnya, mau dan bisa memberikan kewajibannya". Banyak konsumen tidak cukup mempercayai situs yang ada, untuk memberikan informasi pribadi mereka, dalam rangka melakukan transaksi (Hoffman *et al.*, 1999 dalam Galla,2011). Kepercayaan telah digambarkan sebagai suatu tindakan kognitif (misalnya, bentuk pendapat atau prediksi bahwa sesuatu akan terjadi atau orang akan berperilaku dalam cara tertentu), afektif (misalnya masalah perasaan) atau konatif (misalnya masalah pilihan atau keinginan). Mereka yang setuju bahwa termasuk kognitif, tidak setuju jika kepercayaan adalah perhitungan rasional berbasis bukti yang tersedia, atau praktek/perilaku di luar alasan bersama-sama. Banyak definisi yang ternyata tidak akurat. Kepercayaan jelas tidak hanya kepercayaan dimana

suatu pihak memiliki keyakinan (walaupun setiap kepercayaan mungkin memiliki elemen kepercayaan seperti halnya kecenderungan orang untuk menempatkan tingkat keyakinan yang tinggi pada kepercayaannya).

#### **A.4 Niat Bertransaksi Secara Online**

Niat bertransaksi adalah tahap responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan dan juga sebagai kemungkinan pola pembelian ketika membeli suatu produk. (Husein,2004 dalam Yusnidar,2014) , Di dalam penelitian ini di gambarkan sebagai hubungan pertukaran secara online antara konsumen dan toko online. Penelitian ini mempertimbangkan niat untuk bertransaksi secara *online*, yaitu membeli barang atau jasa secara *online*. Satu hal penting dalam penelitian sistem informasi bagaimana dan mengapa individu menerima dan mengadopsi teknologi informasi baru. Pada tingkatan individu, pemakaian informasi teknologi dipelajari dengan meneliti peran niat sebagai peramal perilaku (Malhotra *et al.*, 2004). Penelitian ini fokus pada faktor penentu niat seperti sikap, dan pengaruh sosial. Niat dibentuk oleh

sikap dan norma subjektif, yang pada gilirannya adalah membentuk kepercayaan.

#### **A.5 Sikap**

Sikap adalah suatu tindakan yang ditunjukkan oleh individu untuk menggambarkan suka atau tidak suka terhadap suatu objek (Islamiyati Dan Nugraeni,2014). Suatu sikap yang baik akan membentuk niat untuk bertransaksi secara online, kemudian diikuti oleh niat perilaku nyata dalam membeli dari toko online. Kepercayaan dibentuk oleh konsumen yang didasarkan pada informasi yang tersedia tentang toko *online*. Kepercayaan pada suatu toko *online* dapat menghasilkan suatu sikap yang baik oleh konsumen dan mungkin juga meningkatkan sikap secara tidak langsung (Jarvenpaa *et al.*, 1999 dalam Robertus Galla, 2011).

#### **A.6 Pengalaman Menggunakan Internet**

Faktor penting adalah pengalaman dengan internet. Pengalaman menggunakan internet merupakan pertimbangan penting dalam melakukan pembelian secara online. Penggunaan internet yang belum berpengalaman biasanya jarang bertransaksi secara online. Tylor dan Todd,1995 dalam Islamiyati and nugraeni., 2014 menyelidiki perbedaan antara karyawan yang berpengalaman dan tidak berpengalaman dari

sebuah pusat komputer. Mereka menemukan hubungan yang lebih kuat antara perilaku niat dan perilaku aktual bagi pemakai yang berpengalaman, dibanding pemakai yang tidak berpengalaman. Mereka juga menemukan bahwa niat dari pemakai yang tidak berpengalaman lebih mudah diramalkan dan awal dari pada kasus untuk pemakaian yang berpengalaman.

Pengguna internet yang berpengalaman, waktu yang mereka habiskan untuk *online* lebih banyak karena keahlian yang mereka peroleh melalui pengalaman, seharusnya yakin bahwa internet lebih bisa dipercaya dari pada mereka yang kurang berpengalaman. Pengguna berpengalaman seharusnya telah belajar bagaimana menghindari perilaku yang tidak dapat dipercaya dan bagaimana menggunakan situs dengan lebih aman, seperti halnya warga kota yang mengetahui bagian-bagian kota dan tempat yang tidak aman yang harus dihindari. Intinya adalah bahwa kepercayaan muncul dengan tingkat pengetahuan tertentu, dimana pengetahuan diperoleh dari pengalaman.

Perhatian pelanggan terhadap pengendalian informasi pribadi ternyata meningkatkan pengalaman akan internet dan alasan kurangnya pelanggan lebih mengarah pada aspek perilaku. Untuk memahami faktor penentu perilaku, teori perilaku harus digunakan.

Beberapa peneliti membandingkan 3 teori perilaku yaitu:

1. Technology acceptance model (TAM) adalah model penerimaan teknologi
2. Theory reasoned action (TRA) adalah teori aksi beralasan

3. Theori planned behavior (TPB) adalah teori perilaku terencana

#### **A.7 TAM (Technology acceptance model) / Model penerimaan teknologi**

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer dan sebuah teori sistem informasi yang didesign guna menerangkan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi, TAM diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM merupakan hasil pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980.

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna atau pemakai terhadap suatu sistem teknologi informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan atau keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. (Budi;2010)

TRA adalah bagian dari kepercayaan. Davis mendefinisikan persepsi tentang manfaat (kegunaan) yang didasarkan yang berarti mampu digunakan secara menguntungkan atau dapat digunakan untuk tujuan bermanfaat.

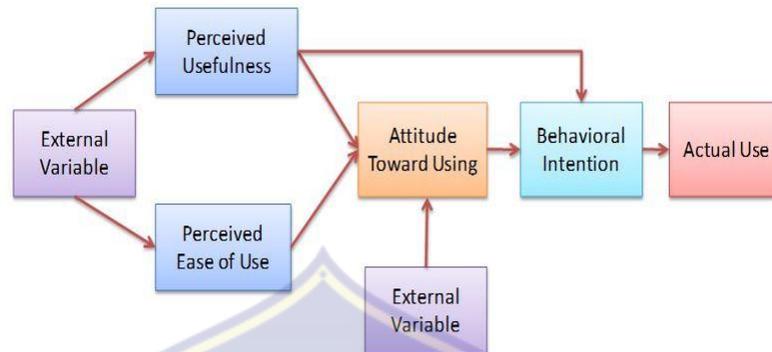
Dalam konteks organisasi manfaat atau kegunaan tentu saja terkait dengan peningkatan kinerja individu yang secara langsung atau tidak

langsung mempengaruhi kesempatan untuk memperoleh keuntungan baik secara fisik maupun material dan non material. Berbeda dengan persepsi manfaatnya, variabel TAM lainnya yang dapat mempengaruhi kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi informasi yang dirasakan kemudahan penggunaannya. Kenyamanan kemudahan penggunaan berarti tanpa kesulitan atau terbebas dari masalah dan tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian kemudahan penggunaan yang dirasakan berarti kepercayaan individu bahwa pengguna sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau memerlukan usaha keras pada saat penggunaan (bebas dari usaha).

Kegunaan dan kemudahan pengguna mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan TIK, yang kemudian akan menentukan apakah orang tersebut berniat menggunakan TIK. Jadi bagi individu merasa bahwa teknologi informasi berguna dalam tugasnya, maka individu tersebut berniat menggunakannya, terlepas dari apakah teknologi informasi itu mudah atau tidak digunakan. (Muchriana Muchran;2015)

TAM mengadopsi TRA dari Fishbein dan Ajzen (Fishbein, 1967) yang digunakan untuk melihat tingkat penggunaan responden dalam menerima teknologi informasi.

Secara sederhana TAM dapat digambarkan dalam berikut:



**Gambar 2.1. Gambar Diagram Technology Acceptance Model**

Jadi menurut Davis (1989), ada lima pembentuk sikap yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam penggunaan teknologi informasi:

1. Perceived Ease of Use ( Kemudahan yang di rasa penggunaan )

Menyakinkan bahwa teknologi informasi yang akan mudah untuk digunakan.

Penelitian Jeon, (2006) menjelaskan kompleksitas sebagai tingkat persepsi terhadap teknologi komputer yang dipersepsikan sebagai hal yang relatif sulit dipahami dan digunakan. Thompson (1991) menemukan bahwa semakin kompleks suatu inovasi, semakin rendah tingkat penyerapannya. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan terhadap sebuah teknologi informasi dapat mempengaruhi pemahaman pengguna dalam menggunakan teknologi informasi.

Definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Dan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem informasi akan meningkatkan prestasi kerja seorang karyawan.

## 2. Perceived Usefulness (Manfaat yang di rasa)

Meyakinkan bahwa teknologi informasi yang digunakan akan memberikan manfaat.

Menurut Davis, manfaat yang dirasa "***the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance***" atau dapat diartikan "tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan performansi pekerjaannya".

Dalam model TAM, *perceived usefulness* digunakan untuk mengukur seberapa besar seorang pelanggan merasa bahwa suatu teknologi dapat berguna bagi dirinya. Sebuah sistem dengan "*perceived usefulness*" yang tinggi, dipercaya pelanggan dapat memberikan hubungan "use-performance" yang positif.

Manfaat yang dirasa (*perceived usefulness*) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa pengguna suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi tersebut maka, Thompson (1991) menyimpulkan

kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugas. Dia juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan positif yang didapat atas penggunaannya.

### 3. Attitude Toward Using ( Sikap terhadap penggunaan )

Meyakinkan sikap pengguna untuk menggunakan teknologi informasi. *Attitude toward Using* dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1989).

Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap (attitude) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif / cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen - komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*) (Nasution, 2006).

Menurut Arif Hermawan (2008) dan Suseno (2009), Sikap pada penggunaan sesuatu menurut Akers dan Myers (1997) adalah, sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.

Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*), didefinisikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi.

#### 4. Behavioral Intention of Use ( Minat perilaku penggunaan )

Meningkatkan perilaku pengguna untuk terus menggunakan teknologi informasi.

Perilaku (*behavior*) adalah tindakan-tindakan (*actions*) atau reaksi-reaksi (*reactions*) dari suatu obyek atau organisme. Perilaku dapat berupa sadar atau tidak sadar, terus terang atau tidak, sukarela atau tidak. Perilaku manusia dapat berupa perilaku yang umum atau tidak umum, dapat diterima atau tidak dapat diterima. Manusia mengevaluasi penerimaan dari perilaku dengan menggunakan standar perbandingan yang disebut dengan norma- norma sosial (*social norms*) dan meregulasi perilaku dengan menggunakan kontrol sosial (*social control*). *Behavioral intention to use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1986).

Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah alat pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Menurut Arief Hermawan (2008) dalam Suseno (2009) mendefinisikan minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention*) sebagai minat atau keinginan seseorang untuk

melakukan perilaku tertentu. Sedangkan (Malhotra, 1999) menyatakan bahwa sikap perhatian untuk menggunakan adalah prediksi yang baik untuk mengetahui penggunaan sebenarnya (*Actual Usage*).

Sudah menjadi sifat dasar seorang manusia memiliki rasa keingintahuan atau penasaran (*curiosity*). Apabila seorang pelanggan dihadapkan dengan suatu produk baru, maka ada sebagian dari mereka yang ingin mencoba produk baru tersebut. Terlebih bila pelanggan tersebut belum mengetahui fungsi dari produknya. Tingkat keinginan mencoba yang demikian memberikan hubungan positif kepada *behavioral intention to use*.

#### 5. Actual System Usage ( Pengguna sesungguhnya )

Menyatakan bahwa pengguna telah menggunakan teknologi informai sepenuhnya dengan di dasarkan manfaat yang di dapat.

*Actual System Usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Menurut Wibowo (2008) mendefinisikan penggunaan sesungguhnya (*actual system usage*) sebagai suatu kondisi nyata penggunaan sistem. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

Menurut Davis (1989), bentuk pengukuran pengguna sesungguhnya (*actual usage*) adalah frekuensi dan durasi waktu penggunaan terhadap teknologi informasi.

## B. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu sejenis telah dilakukan sebelumnya oleh Anwar Rosiani dan Wijaya Adidarma pada tahun (2016) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kepercayaan dan risiko pada minat beli belanja online” hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap situs belanja online akan mengurangi risiko yang konsumen rasakan dalam bertransaksi secara online dan kepercayaan yang tinggi pada situs belanja online dapat mempertinggi minat beli konsumen dalam bertransaksi online.

Baskara Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi pada tahun (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif namun tidak signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial, tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara keamanan terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial, ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial, ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial.

Ishak Asmai pada tahun (2012) melakukan penelitian dengan judul “Analisis kepuasan pelanggan dalam belanja online: sebuah studi tentang penyebab dan konsekuensi” hasil penelitian membuktikan bahwa hubungan

antara kepuasan konsumen dalam belanja online dengan penyebab berupa komitmen dan komunikasi.

IslamiyatiDwi dan Nugraeni pada tahun (2014) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk bertransaksi secara online pada toko online”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan dan persepsi resiko terhadap sikap. Terdapat pengaruh antara keamanan, kepercayaan, dan privasi terhadap persepsi resiko. Terdapat pengaruh antara sikap dan persepsi resiko terhadap niat untuk bertransaksi secara online. Terdapat hubungan antara pengalaman menggunakan internet dan norma subjektif terhadap niat untuk bertransaksi secara online. Terdapat pengaruh yg positif antara kontrol perilaku terhadap niat untuk bertransaksi secara online.

Marlien R.A pada tahun (2013) melakukan penelitian dengan judul “pengaruh reputasi, privasi, dan keamanan terhadap kepercayaan (trust) penggunaan internet dalam sistem e-commerce” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk bertransaksi di dunia maya atau e-commerce faktor utama adalah keamanan dalam penyalahgunaan data oleh pihak-pihak yang kurang bertanggung jawab. Oleh karena itu software keamanan data harus selalu terupdate. Reputasi dan privasi menjadi pertimbangan dalam transaksi online karena referensi teman, rating dari penjual, tanggapan penjual, dan forum diskusi yang biasanya menjadi pertimbangan seseorang menggunakan layanan e-commerce akan menimbulkan kepercayaan (trust) pengguna internet.

Moch Suhir, Imam Suyadi, dan Riyadi pada tahun (2014) melakukan penelitian dengan judul “pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online” hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama, variabel bebas terhadap variabel keputusan pembelian online dapat diterima dan berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa terdapat tiga variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online yaitu persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat.

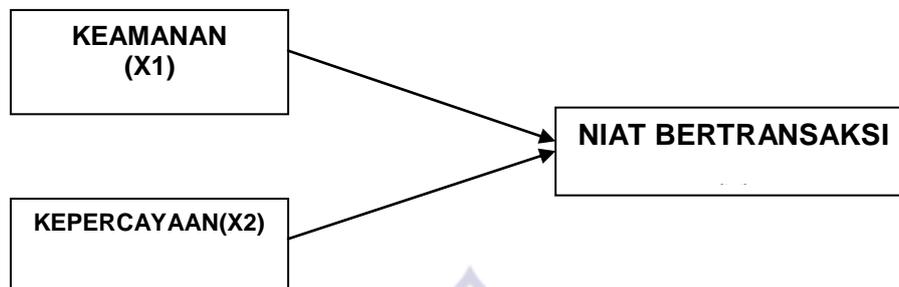
Samsir, Yusnidar, dan Sri Restuti pada tahun (2014) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekan baru” hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi kepercayaan pada toko online maka resiko yang dipersepsikan konsumen tidak makin rendah, meningkatnya tingkat kepercayaan pada toko online akan meningkatkan minat beli produk fashion secara online, meningkatnya minat beli konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian atas preoduk fashion secara online.

Setyawati Tutik, Y. Djoko Suseno, dan Rahayu Triastity pada tahun (2016) dengan judul “Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Produk Online Shop Dengan Norma Subjektif Sebagai Variabel Moderasi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, kepercayaan, dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk online shop pada konsumen online shop.

Tonggiroh Mursalim pada tahun (2016) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Privasi Dan Kepercayaan Berdasarkan Pengalaman Konsumen Terhadap Online Shop”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor privasi, kepercayaan yang di dasari pengalaman terbukti telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian melalui online shop.

Trisnawati Ella, Agus Suroso, dan Untung Kumorohadi pada tahun (2012) melakukan penelitian dengan judul “analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online (study kasus pada konsumen fesh shop)” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai variabel dapat menjadi faktor kunci niatan pembelian kembali online secara khusus pada fesh shop. Unsur psikologis terhadap konsumen menjadi penting untuk dipertimbangkan karna penelitian ini menunjukkan bahwa hal tersebut menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan pembelian di fesh shop. Tercapainya harapan konsumen, kemudahan desain fesh shop, kepercayaan, keamanan privasi, kepuasan pelayanan dan kebermanfaatan menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

### C. Kerangka Konsep



**Gambar 2.2. Kerangka Fikir**

Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasan kedua variabel tersebut:

1. Variabel Dependen yaitu variabel terikat yang dilambangkan dengan huruf (Y). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Niat Bertransaksi (Y).
2. Variabel independen yaitu variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain yang dilambangkan dengan huruf (X). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Keamanan dan Kepercayaan (X).

### D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka fikir di atas maka di duga hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen bertransaksi secara online.
- H2: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran seperti perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka.

#### B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada responden / pegawai yang telah, sementara atau pernah menggunakan internet dalam melakukan transaksi secara online dan mengerti situs-situs yang menawarkan tentang pembelian secara online. Penelitian ini dilakukan kurang lebih 2 bulan.

#### C. Definisi Operasional Variabel

Ada 2 variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel independen atau variabel bebas yaitu (X) adalah Keamanan dan Kepercayaan.
  - a. Keamanan yaitu sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data atau mengacu pada tingkat orang percaya akan informasi pribadi yang dipancarkan internet dijamin dan tidak akan diakses oleh orang lain. Satu hal yang sering kali disebutkan mengapa kecil kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian online adalah

karna rasa khawatir akan konsekuensi yang akan dihadapinya. keamanan dalam belanja online menunjuk pada keamanan secara teknologi seperti program yang menjaga privasi. Adapun indikator-indikatornya yaitu :

1. Toko online yang di andalkan
2. Informasi pribadi di jaga dengan aman
3. Memberikan keyakinan akan jaminan keamanan
4. Jaminan keamanan

b. Kepercayaan yaitu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebihakan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. kepercayaan telah dipertimbangkan dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasankonsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan. Adapun indikator-indikatornya yaitu :

1. Pembelian pada toko online shop dapat dipercaya
2. Keterus-terangan atau kejujuran
3. Jaminan kepuasan
4. Dapat memenuhi janji-janjinya

2. Variabel dependen atau variabel terikat yaitu (Y) adalah Niat Bertransaksi

a. Niat bertransaksi secara online adalah tahap responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar- benar dilaksanakan dan juga sebagai kemungkinan pola pembelian ketika membeli suatu produk. (Husein,2004 dalam Yusnidar,2014).

Adapun indikator-indikatornya yaitu :

1. Pembelian berulang
2. Kenginan untuk merefrensikan pada orang lain
3. Pencarian informasi
4. Untuk memenuhi kebutuhan
5. Kecenderungan konsumen membeli produk

#### D. Populasi Dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah segala sesuatu yang meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subyek yang diterapkan untuk dipelajari. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai yang telah, sementara atau pernah menggunakan internet dalam melakukan transaksi secara online dan mengerti situs-situs yang menawarkan tentang pembelian secara online yang berjumlah 90 orang. Dari populasi tersebut diambil sejumlah sampel untuk penelitian.

##### 2. Sampel

Tabel 3.1.

POPULASI	PALING SERING MELAKUKAN TRANSAKSI / PEMBELIAN ONLINE	JARANG MELAKUKAN TRANSAKSI / PEMBELIAN ONLINE
90 ORANG	50 ORANG	40 ORANG

Sumber : Data Primer yang diolah,2019

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil sebagai responden. Yaitu pegawai yang paling sering menggunakan internet dalam melakukan transaksi secara online dan mengerti situs-situs yang menawarkan tentang pembelian secara online yaitu berjumlah 50 orang. Alasan peneliti mengambil sampel ini adalah karena dianggap bahwa para pegawai telah, sementara atau sering menggunakan internet dan mengerti situs-situs yang menawarkan tentang penjualan secara *online*.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kusioner pada responden yang menggunakan internet secara langsung. Kusioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008). Hal ini dilakukan karena mempermudah responden untuk menjawab setiap pertanyaan yang tersedia, jika ada pertanyaan yang belum dipahami dapat langsung dijelaskan.

#### **F. Teknik Analisis**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian ke dalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala rasio (ratio scale) dan skala likert 5 poin (5-poin likert scale). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 24, Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan variabel

dependen dan variabel independen. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Niat bertransaksi secara online

a = Nilai konstanta

$b_1 b_2$  = Koefisien arah Regresi

$X_1$  = Keamanan

$X_2$  = Kepercayaan

e = eror

Selain itu ada pula tahap yang dilakukan dalam menganalisis data yaitu menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Sesuai dengan rencana, peneliti memperoleh sampel sasaran minimal 10 kali jumlah variabel yakni 30 karena penelitian ini mempunyai 3 variabel. Kuesioner disebar sebanyak 50 eksemplar. Kuesioner ini disebar secara langsung agar memudahkan peneliti untuk menjelaskan kepada responden jika ada daftar pertanyaan yang kurang dimengerti. Jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini hanya sebesar 30 sampel. Jumlah 50 sampel dianggap telah memenuhi kriteria jumlah sampel minimal.

Tabel 4.1. RESPONDEN

POPULASI	PALING SERING MELAKUKAN TRANSAKSI / PEMBELIAN ONLINE	JARANG MELAKUKAN TRANSAKSI / PEMBELIAN ONLINE	KUESIONER YANG TIDAK KEMBALI	KUESIONER YANG KEMBALI DAN TIDAK DAPAT DI OLAH	KUESIONER YANG KEMBALI DAN DAPAT DI OLEH
90 ORANG	50 ORANG	40 ORANG	-	5	45

Sumber : Data Primer yang diolah,2019

Dalam penelitian ini, pihak yang menjadi responden ialah pegawai Badan Kepegawaian Daerah Pemprov Sulsel yang telah, sementara atau pernah menggunakan internet dalam melakukan transaksi secara online dan mengerti situs-situs yang menawarkan tentang pembelian secara online. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 90 orang.

Hasil penelitian yang dimuat dalam kuesioner berdasarkan sampel sebelumnya yang paling sering melakukan transaksi / pembelian online sebanyak 50 responden dan yang jarang melakukan transaksi / pembelian online sebanyak 40 responden. Namun, setelah penelitian dilaksanakan terdapat 5 data (kuesioner) yang cacat atau tidak dapat diolah / digunakan karena kuesioner tidak diisi secara lengkap dan diindikasikan tidak diisi secara serius sehingga dalam penelitian ini hanya tersisa sebanyak  $50 - 5 = 45$  responden yang dapat diolah dalam SPSS.

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 45 orang. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	18	40%
Perempuan	27	60%
Total	45	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2, dijelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang (40%) dan responden perempuan sebanyak 27 orang (60%). Dari tabel di atas menunjukkan bahwa pegawai atau karyawan-karyawan yang lebih dominan adalah yang berjenis kelamin perempuan.

b. Responden berdasarkan tingkat usia

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah karakteristik responden menurut tingkat usia akan dibahas pada tabel 2 berikut di bawah ini.

Dari tabel 4.3, menunjukkan bahwa pegawai BKD dari tingkat usia yaitu, yang memiliki usia 21-25 sebanyak 6 orang (14%), usia 25-30 sebanyak 12 orang (27%), usia 30-35 sebanyak 14 orang (31%), usia 35-40 sebanyak 9 orang (20%), usia 40-45 sebanyak 2 orang (4%), dan usia 45-50 sebanyak 2 orang (4%).

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Usia

Usia (Tahun)	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
21 – 25	6	14%
25 – 30	12	27%
30 – 35	14	31%
35 – 40	9	20%
40 – 45	2	4%
45- <50	2	4%
Total	45	100%

Sumber : Data Primer yang diolah,2019

## B. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

### a. Pengujian instrumen

#### 1) Uji reliabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronback Alpa > 0,60 (ghozali, 2006). Hasil perhitungan reliabilitas dapat dilihat dalam Tabel 4.4.

Hasil pengujian yang diperoleh yaitu hasil yang menunjukkan Cronbach's Alpha (78,4) lebih besar dari Standar Alpha (0,60) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang di pakai dalam penelitian ini adalah reliabel. Dengan demikian maka jelaslah bahwa variabel-variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya karena dapat diandalkan.

**Tabel 4.4. Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items	X	Standar Alpha	Keterangan
0,784	3	>	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah,2019 (Lampiran tabel 5)

## 2) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

**Tabel 4. 5. Item-Total Statistics**

VARIABEL	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
KEAMANAN(X1)	34,56	15,389	<b>0,63</b>	0,777
KEPERCAYAAN(X2)	38,29	23,346	<b>0,656</b>	0,687
NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)	33,02	24,749	<b>0,685</b>	0,683

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019 (Lampiran tabel 7)

**Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas**

Cat : menentukan R tabel yaitu $n-2$ ( $45-2$ ) = 43					
Valid Jika nilai R hitung lebih besar dari R tabel					
Variabel	Item	R hitung	X	R tabel	Keterangan
Keamanan	X1	0,630	>	0,294	Valid
Kepercayaan	X2	0,656	>	0,294	Valid
Niat untuk bertransaksi	Y	0,685	>	0,294	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah,2019

hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua nilai R Hitung setiap indikator lebih besar dibanding nilai R Tabel, sehingga semua variabel dinyatakan valid.

### 3) Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2006) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam penelitian ini diperoleh hasil regresi linier berganda seperti pada Tabel 4.7.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 10,146 + 0,206 (X1) + 0,409 (X2)$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

1. Konstanta = 10,146. Jika nilai  $X_1, X_2$  adalah 0 maka nilai Y sebesar 10,146.
2. Nilai koefisien keamanan bernilai 0,206 memiliki arti bahwa jika variabel keamanan ditingkatkan, maka keputusan pembelian online meningkat.
3. Nilai koefisien kepercayaan bernilai 0,409 memiliki arti bahwa jika variabel keamanan ditingkatkan, maka keputusan pembelian online meningkat.

**Tabel 4.7. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,146	1,571		6,458	0,000
	KEAMANAN(X1)	0,206	0,082	0,334	2,502	0,016
	KEPERCAYAAN(X2)	0,409	0,120	0,453	3,400	0,001

a. Dependent Variable: NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)

Sumber : Data Primer yang diolah,2019 (Lampiran tabel 12)

#### b. Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji signifikansi simultan (Uji Statistik F)

Uji F menurut Ghozali (2006) menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji F dapat dilihat pada tabel 4.8 :

**Tabel 4.8. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90,078	2	45,039	19,794	,000 <sup>b</sup>
	Residual	95,567	42	2,275		
	Total	185,644	44			
a. Dependent Variable: NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)						
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN(X2), KEAMANAN(X1)						

Sumber : Data primer yang diolah,2019 (Lampiran tabel 11)

Tabel 4.8 hasil dari F Hitung sebesar 19,794 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian online atau dapat dikatakan bahwa keamanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Niat untuk bertransaksi secara online.

## 2. Uji t

Menurut Ghozali (2006) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil output dari SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9. Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,146	1,571		6,458	0,000
	KEAMANAN(X1)	0,206	0,082	0,334	2,502	0,016
	KEPERCAYAAN(X2)	0,409	0,120	0,453	3,400	0,001

a. Dependent Variable: NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019 (Lampiran tabel 12)

Hasil pengujian statistik dengan SPSS dapat disimpulkan sebagai berikut:

a) Variabel Keamanan (X1) diperoleh nilai hitung,  $t_{hitung} = 2,502$  dan

sig = 0,016 < 0,05 jadi H1 diterima. Ini berarti variabel Keamanan (X1) secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian secara online.

b) Variabel Kepercayaan (X2) diperoleh nilai hitung,  $t_{hitung} = 3,400$  dan sig = 0,001 < 0,05 jadi H2 diterima. Ini berarti variabel Kepercayaan (X2) secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian secara online.

3. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini :

**Tabel 4.10. Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697 <sup>a</sup>	0,485	0,461	1,508

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN(X2), KEAMANAN(X1)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019 (Lampiran tabel 10)

Pada tabel diatas diperoleh nilai Adjusted R<sup>2</sup> = 0,461 = 46,1% ini berarti kemampuan variabel Keamanan (X1) dan Kepercayaan (X2) dalam menjelaskan variabel Niat untuk bertransaksi (Y) sebesar 46,1%.

### c. Pembahasan

1. Pengaruh keamanan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan yang dapat dilihat dari nilai hasil pengujian statistik yaitu  $t_{hitung} = 2,502$  dan  $sig = 0,016 < 0,05$  jadi  $H_1$  diterima yang menandakan bahwa keamanan secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online, sehingga apabila keamanan online shop semakin baik maka niat untuk bertransaksi secara online dari konsumen juga meningkat.

Para responden memberikan pernyataan yang cukup baik terhadap indikator yang digunakan yaitu, toko online yang dapat di andalkan, dan kerahasiaan data atau informasi pribadi oleh penjual atau pembeli diberikan keyakinan serta jaminan keamanan. Para responden memberikan persepsi cukup baik terhadap faktor keamanan dalam membeli melalui transaksi secara online.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan dari Pudji Utomo, dkk (2011:2) dalam Tutik Setyawati, dkk (2016) yang menyatakan bahwa apabila konsumen menemukan situs web perusahaan yang aman digunakan, mereka lebih suka melakukan pembelian pada situs web tersebut. Dan hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu dari Tutik Setyawati, dkk (2016) bahwa keamanan berpengaruh

signifikan terhadap niat beli produk online shop dan penelitian Isnain Putra Baskara dan Guruh Taufan Hariyadi (2013) bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan yang dapat dilihat dari nilai hasil pengujian statistik yaitu  $t_{hitung} = 3,400$  dan  $sig = 0,001 < 0,05$  jadi  $H_2$  diterima yang menandakan bahwa kepercayaan secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online, artinya apabila semakin tinggi kepercayaan yang diperoleh konsumen maka keputusan pembelian online shop semakin meningkat.

Para responden memberikan pernyataan yang cukup baik terhadap indikator yang digunakan yaitu, jaminan kepuasan dalam melakukan transaksi, perhatian penjual kepada konsumen berterusterang dan jujur pada saat bertansaksi, dan informasi yang diberikan penjual sesuai dengan fakta. Para responden memberikan persepsi yang cukup baik terhadap faktor kepercayaan dan membeli secara online.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Daniar Lingga Arum (2013) dalam Tutik Setyawati, dkk (2016) penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko online.

Dalam pengujian instrumen ada dua yaitu :

1. Uji reliabilitas yaitu dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronback Alpa  $> 0,60$  (ghozali, 2006). Dan
2. Uji validitas yaitu dikatakan valid Jika nilai R hitung lebih besar dari R tabel.

Dalam pengujian hipotesis terdapat Uji signifikan simultan (uji statistik F) dan Uji T yaitu Dikatakan signifikan apabila nilai signifikan lebih kecil ( $<$ ) dari 0,05 (ghozali, 2006).



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap niat konsumen untuk bertransaksi secara online, Kesimpulan dari penelitian pengaruh keamanan dan kepercayaan adalah sebagai berikut :

- 1) Keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online, artinya apabila semakin tinggi kenyamanan yang diperoleh pelanggan maka keputusan pembelian online semakin meningkat.
- 2) Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online, artinya apabila semakin tinggi kepercayaan yang diperoleh pelanggan maka keputusan pembelian online semakin meningkat.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 24, Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan variabel dependen dan variabel independen. Selain itu ada pula tahap yang dilakukan dalam menganalisis data yaitu menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas.

## B. Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian, maka saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih besar, sehingga akan menghasilkan kondisi yang sebenarnya dan representatif.
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengembangkan model ini misalnya dengan dengan cara mengambil sampel dari individu-individu yang sudah pernah melakukan transaksi online.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Universitas Bakrie*.
- Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2013. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*.
- Budi. 2010. (Online). (<https://statistikakomputasi.wordpress.com/2010/03/18/sekilas-tentang-technology-acceptance-model-tam/>, diakses 02 Mei 2018)
- Galla, Robertus. 2011. Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online. Jurusan Akuntansi *Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddi*.
- Ishak, Asmail. 2012. Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (ANTECEDENTS) Dan Konsekuensi (CONSEQUENTS). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*.
- Islamiyati, Dwi dan Nugraeni. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Bertransaksi Secara online Pada Toko Online. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Marlien, R.A. 2010. Pengaruh Reputasi, Privasi, Dan Keamanan Terhadap Kepercayaan (Trust) Pengguna Internet di Semarang dalam Sistem E-Commerce. *Jurnal Fakultas Ekonomi Univeritas Stikubank Semarang*.
- Mira. 2017. *Modul Pengantar Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Muchran, Muchriana dkk. 2015. Analysis Of Internet Banking Using Technology Acceptance Model By Experience As Variable Moderation. *Jurnal Universitas Hasanuddin*.
- Permatasari, C.D.W. 2015. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Presepsi Resiko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro*.
- Rahmah, Nindya. 2017. (Online). (<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-technology-acceptance-model-tam/12975>, diakses 02 Mei 2018)
- Rohman, Nur. 2018. (Online). (<https://akuntanonline.com/ccontoh-pencatatan-transaksi-pembelian-dan-penjualan/>, diakses 02 Mei 2018)
- Samsir, Yusnidar dan Sri Restuti. 2014. Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Riau*.

Setyawati, Tutik dkk.2016.Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Produk Online Shop Dengan Norma Subjektif Sebagai Variabel Modernisasi.*Jurnal Universitas Slamet Riyadi Surakarta.*

Tonggoiroh, Mursalim.2016.Analisis Pengaruh Privasi Dan Kepercayaan Berdasarkan Pengalaman Konsumen Terhadap Online Shop.*Jurnal Universitas Yapis Papua.*

Trisnawati,Ella dkk.2012.Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop).*Jurnal Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto.*



L

A

M

P

I

R

A

N



## LAMPIRAN 1: KUESIONER



# KUESIONER PENELITIAN

Kepada :

Yth :Bapak/Ibu/Saudara/i

Di tempat,

Saya adalah Mahasiswa Program Strata Satu Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online”. Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan di jenjang Pendidikan Strata Satu (S1).

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuisisioner sesuai dengan pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesainya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaanya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang saudara anggap paling benar. Hanya ada satu jawaban pada setiap nomor.

I. Identitas Responden.

- 1) Nama Responden :
- 2) Jabatan / Unit Kerja :
- 3) Umur Responden : ..... tahun
- 4) Jenis Kelamin :
  1. Pria
  2. Wanita
- 5) Kapan terakhir kali bapak/ibu/saudara/I bertransaksi secara online :
  1. 1 minggu yang lalu
  2. 2 minggu yang lalu
  3. 3 minggu yang lalu
  4. 4 minggu yang lalu
  5. Lebih dari satu bulan yang lalu
- 6) Kategori produk apa yang anda beli :
  1. Fashion (Sepatu, Pakaian, Tas, Dll)
  2. Elektronik

- 3. Kecantikan
- 4. Peralatan rumah tangga
- 5. Lain-lain

7) Berapa banyak dana yang anda pergunakan untuk belanja :

- 1. Dibawah Rp. 50.000
- 2. Rp. 50.000 Sampai Rp. 100.000
- 3. Rp. 100.000 Sampai Rp. 500.000
- 4. Rp. 500.000 Sampai Rp. 1.000.000
- 5. Diatas Rp.1.000.000

Isilah tanda silang (√) pada jawaban yang Bpk/Ibu/Sdr/i anggap paling cocok dengan persepsi yang dimiliki tentang belanja online. (satu jawaban saja)

Keterangan : Kriteria penilaian

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak setuju

N : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setujuh

## ITEM PERTANYAAN

### 1. KEAMANAN

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa sistem keamanan pembelian secara online dapat di andalkan.					
2	Saya merasa aman seandainya saya mengirim informasi pribadi ke toko online.					
3	Saya merasa aman mengirimkan informasi pribadi ke toko online dan yakin data tersebut tidak akan diubah oleh pihak ke tiga.					
4	Saya berbelanja secara online karena terdapat jaminan terkait keamanan dan kerahasiaan data.					
5	Saya rasa sistem keamanan pembelian produk di toko online shop sangat terjamin.					

## KEPERCAYAAN (trust)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya, bertransaksi melalui toko online ini dapat dipercaya.					
2	Saya rasa informasi yang ditawarkan oleh media toko online shop itu jujur.					
3	Saya berbelanja online karena terdapat jaminan kompensasi apabila tidak sesuai harapan.					
4	Saya merasa toko online dapat memenuhi janji-janjinya.					

## 2. NIAT UNTUK BERTRANSAKSI

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya bersedia untuk bertransaksi secara online dimasa yang akan datang.					
2	Saya merefrensikan produk yang ada di situs online kepada orang lain.					
3	Saya mencari informasi mengenai produk yang saya minati.					
4	Saya lebih memilih berbelanja secara online untuk memenuhi kebutuhan.					
5	saya berbelanja secara online karena suka dan ingin membeli produk tersebut.					

## Dokumentasi

### Kantor BKD Tampak Depan



**Pada saat pengisian Kuesioner**



**Pada saat penerimaan barang online**









**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
BADAN KEPEGAWAIAN DAERAH  
( B K D )**

Jalan Jenderal Urip Sumohardjo Nomor 269 - Telepon (0411) 453192, 453194, 453204 Fax. 453487  
MAKASSAR 90231

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 800 / 5194 / BKD

Berdasarkan Surat Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar nomor. 2369/Izn-5/C.4-VIII/IX/37/2018 tanggal 17 September 2018, perihal Izin Penelitian, dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : FADILLAH PRADINI PUTRI  
No. Pokok : 105 730 488 414  
Program Studi : S1 Akuntansi

Yang tersebut diatas telah melakukan penelitian pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Sulawesi Selatan dengan Judul "**PENGARUH KEAMANAN DAN KEPECAPAAN TERHADAP NIAT UNTUK BERTRANSAKSI SECARA ONLINE ( STUDI KASUS PADA BADAN KEPEGAWAIAN DAERAH PROV. SULSEL )**".

Demikian surat keterangan ini di buat untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 05 Oktober 2018

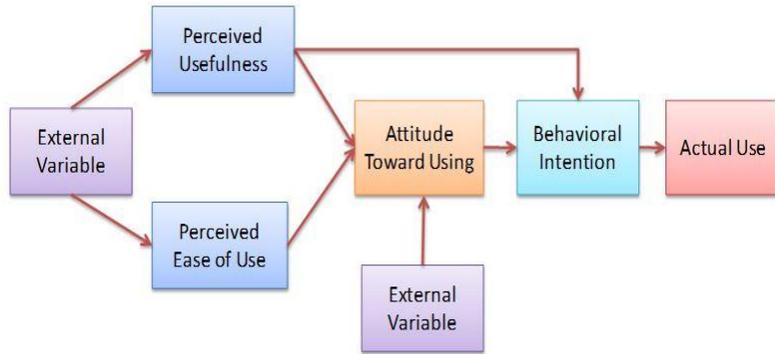
dan KEPALA BADAN  
SEKRETARIS



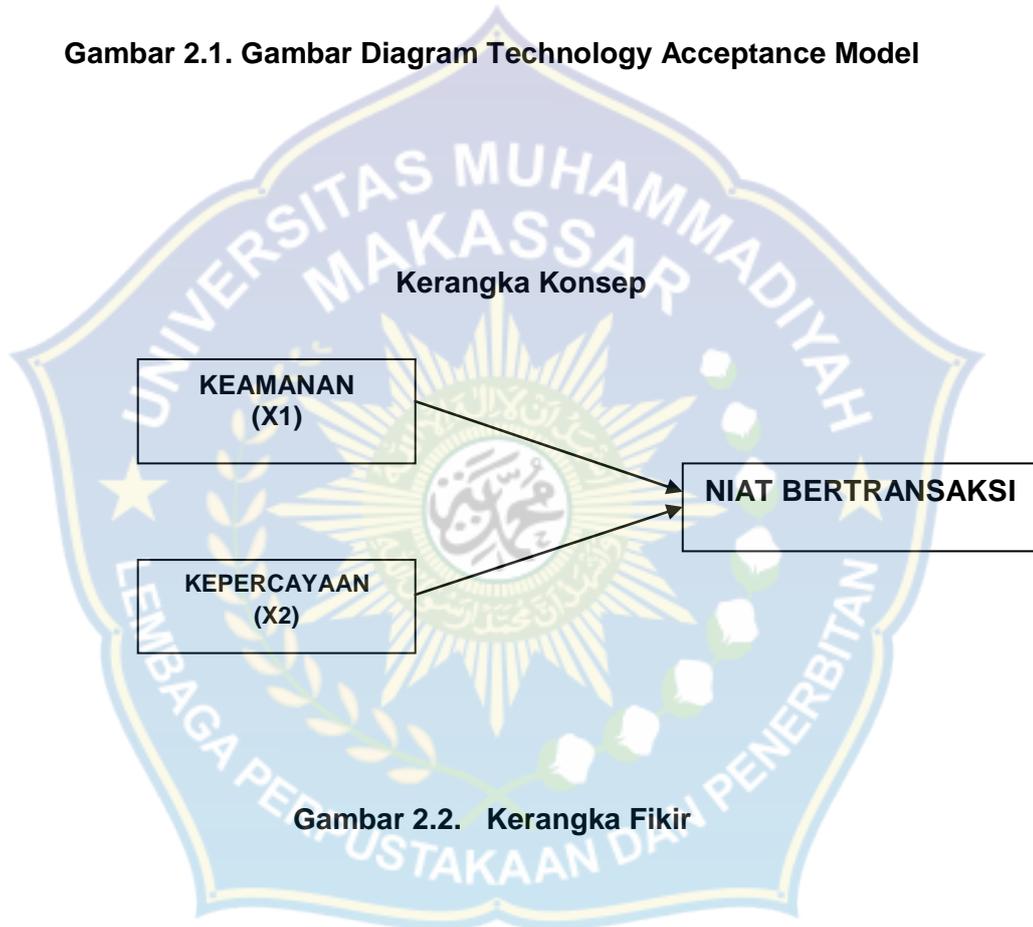
**H. EUBIS L., MT**

Pangkat : Pembina Tk.I

Nip. 19631206 199003 1 010



**Gambar 2.1. Gambar Diagram Technology Acceptance Model**



**Gambar 2.2. Kerangka Fikir**

# HASIL SPSS

## Reliability

**Tabel 4**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	45	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	45	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 5**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,784	3

**Tabel 6**  
**Item Statistics**

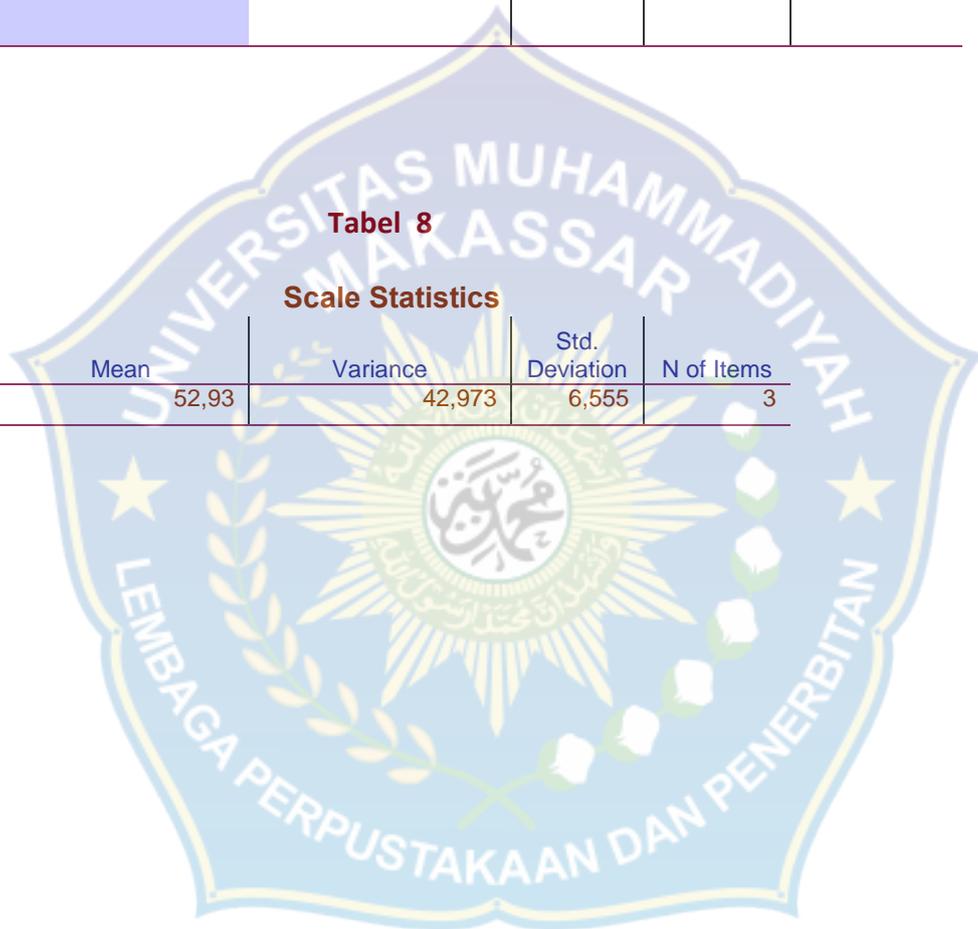
	Mean	Std. Deviation	N
KEAMANAN(X1)	18,38	3,332	45
KEPERCAYAAN(X2)	14,64	2,278	45
NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)	19,91	2,054	45

**Tabel 7**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KEAMANAN(X1)	34,56	15,389	0,630	0,777
KEPERCAYAAN(X2)	38,29	23,346	0,656	0,687
NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)	33,02	24,749	0,685	0,683

**Tabel 8**  
**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
52,93	42,973	6,555	3



# Regression

**Tabel 9**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPERCAYAAN(X2), KEAMANAN(X1) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)

b. All requested variables entered.

**Tabel 10**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697 <sup>a</sup>	0,485	0,461	1,508

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN(X2), KEAMANAN(X1)

**Tabel 11**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90,078	2	45,039	19,794	,000 <sup>b</sup>
	Residual	95,567	42	2,275		
	Total	185,644	44			

a. Dependent Variable: NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN(X2), KEAMANAN(X1)

**Tabel 12**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,146	1,571		6,458	0,000
	KEAMANAN(X1)	0,206	0,082	0,334	2,502	0,016
	KEPERCAYAAN(X2)	0,409	0,120	0,453	3,400	0,001

a. Dependent Variable: NIAT UNTUK BERTRANSAKSI(Y)



**Tabel 13**

R tabel

DF = n- 2	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 1 arah				
	0.05	0.025	0.001	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 2 arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1
2	0.9	0.95	0.98	0.99	0.999
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.847
10	0.4973	0.576	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.801
12	0.4575	0.5324	0.612	0.6614	0.78
13	0.4409	0.514	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287

23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.588
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.579
28	0.3061	0.361	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.355	0.4158	0.4556	0.562
30	0.296	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.344	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.381	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.376	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.316	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.312	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.495
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.294	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.342	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.361	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

**Tabel 1**

ORANG	VARIABEL X (INDEPENDEN) "KEAMANAN"					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	3	3	3	4	17
3	4	4	4	2	4	18
4	4	4	4	4	4	20
5	2	2	1	4	4	13
6	4	3	3	4	3	17
7	4	4	3	4	4	19
8	3	3	4	4	4	18
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	5	4	21
11	4	4	3	4	3	18
12	2	2	2	2	1	9
13	4	3	3	4	3	17
14	3	3	3	3	3	15
15	3	3	4	4	4	18
16	4	3	2	4	3	16
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	5	3	23
21	4	2	3	2	2	13
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	5	5	22
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	3	4	4	19
26	3	4	4	4	4	19
27	3	3	3	3	3	15
28	3	3	3	3	3	15
29	3	2	1	3	2	11
30	4	2	2	4	4	16
31	3	4	5	3	2	17
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	2	4	3	15
34	5	4	4	4	5	22
35	3	3	3	3	4	16
36	4	5	4	4	5	22
37	3	3	3	3	4	16
38	4	5	4	3	3	19
39	5	5	5	5	5	25

40	5	4	4	4	4	21
41	5	4	3	3	3	18
42	3	4	4	4	3	18
43	5	4	4	4	4	21
44	5	3	5	4	4	21
45	5	4	4	4	5	22
46	0	0	0	0	0	0
47	0	0	0	0	0	0
48	0	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	0
50	0	0	0	0	0	0

**Tabel 2**

ORANG	VARIABEL X (INDEPENDEN) "KEPERCAYAAN"				Jumlah
	1	2	3	4	
1	4	2	4	4	14
2	4	3	3	3	13
3	4	3	3	2	12
4	4	3	4	4	15
5	4	2	4	2	12
6	4	3	3	3	13
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	3	3	14
11	4	4	5	4	17
12	1	2	3	1	7
13	4	3	5	4	16
14	4	3	4	3	14
15	3	4	3	4	14
16	4	3	3	3	13
17	4	4	4	4	16
18	4	4	2	4	14
19	4	4	4	4	16
20	4	3	5	4	16
21	4	4	4	4	16
22	4	3	2	4	13
23	4	2	5	2	13
24	4	3	4	4	15
25	4	3	4	3	14
26	4	4	4	4	16

27	3	3	3	3	12
28	3	2	4	4	13
29	2	2	5	3	12
30	4	4	3	4	15
31	3	2	4	3	12
32	4	2	4	4	14
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	3	3	4	3	13
36	4	4	4	3	15
37	3	2	3	3	11
38	5	4	5	5	19
39	4	5	4	4	17
40	3	4	4	4	15
41	5	5	5	4	19
42	5	5	3	4	17
43	5	5	4	4	18
44	4	4	5	5	18
45	4	4	4	4	16
46	0	0	0	0	0
47	0	0	0	0	0
48	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0
50	0	0	0	0	0



**Tabel 3**

ORANG	Variabel Y (DEPENDEN) "NIAT UNTUK BERTRANSAKSI"					jumlah
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	2	4	18
3	4	4	4	2	4	18
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	5	5	4	22
10	4	4	4	5	5	22
11	4	3	5	3	4	19
12	3	4	5	1	1	14
13	5	3	5	3	4	20
14	4	4	4	2	4	18
15	4	5	5	4	4	22
16	3	3	4	3	4	17
17	3	4	5	3	5	20
18	4	4	4	4	4	20
19	5	5	4	4	4	22
20	5	5	5	4	5	24
21	4	5	5	4	4	22
22	3	3	5	2	4	17
23	4	4	5	2	5	20
24	4	3	4	4	4	19
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	3	4	4	19
28	4	3	4	3	3	17
29	4	4	4	3	4	19
30	4	4	4	4	4	20
31	4	3	3	5	5	20
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	3	4	4	19
34	4	4	4	4	4	20
35	4	3	5	3	5	20
36	5	4	5	4	4	22
37	3	3	3	3	3	15
38	4	4	4	4	4	20
39	5	4	4	5	5	23

40	5	4	4	5	4	22
41	5	4	5	5	5	24
42	4	3	3	4	4	18
43	4	4	4	4	4	20
44	5	5	4	4	4	22
45	4	5	5	4	4	22
46	0	0	0	0	0	0
47	0	0	0	0	0	0
48	0	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	0
50	0	0	0	0	0	0

