



## Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tokopedia

Muhammad Choirudin<sup>1</sup>, Naufal Yudha Irwanto<sup>2</sup>, Adli Nanda<sup>3</sup>, Rafli Syach Putra<sup>4</sup>, Muhammad Reyhan Riyandito<sup>5</sup>

<sup>1</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325330@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325330@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>2</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325387@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325387@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>3</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325356@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325356@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>4</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325347@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325347@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>5</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325354@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325354@mhs.ubharajaya.ac.id)

Corresponding Author: [202010325330@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325330@mhs.ubharajaya.ac.id)

**Abstract:** *In contemporary Indonesian society, e-commerce has grown significantly. Indonesians can now buy goods online more conveniently and easily thanks to advances in technology and increased internet accessibility. One of the biggest and well-known e-commerce platforms in Indonesia is Tokopedia. This article was written with the intention of providing information for further investigation to develop a theory regarding the impact of one variable on another. The findings from this literature review are presented in this article with the titles: "Ease Influences Decisions to Use Tokopedia Applications", "Security Influences Decisions to Use Tokopedia Applications", and "Trust Influences Decisions to Use Tokopedia Applications."*

**Keyword:** *E-Commerce, Security, Convenience, Trust, Decision, Tokopedia.*

**Abstrak:** Dalam masyarakat Indonesia kontemporer, e-commerce telah berkembang secara signifikan. Masyarakat Indonesia kini dapat membeli barang secara online dengan lebih nyaman dan mudah berkat kemajuan teknologi dan peningkatan aksesibilitas internet. Salah satu platform e-commerce terbesar dan terkenal di Indonesia adalah Tokopedia. Artikel ini ditulis dengan maksud memberikan informasi untuk penyelidikan lebih lanjut untuk mengembangkan teori mengenai dampak satu variabel terhadap variabel lainnya. Temuan dari kajian pustaka ini disajikan dalam artikel ini dengan judul: "Kemudahan Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia", "Keamanan Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia", dan "Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia."

**Kata Kunci:** E-Commerce, Keamanan, Kenyamanan, Kepercayaan, Keputusan, Tokopedia.

## PENDAHULUAN

Dalam masyarakat Indonesia kontemporer, e-commerce telah menjadi semakin penting. Orang Indonesia sekarang dapat melakukan pembelian online yang lebih nyaman dan bermanfaat karena kemajuan teknologi dan akses internet yang lebih luas. Tokopedia adalah salah satu situs e-commerce terbesar dan terkenal di Indonesia. Situs web ini telah muncul sebagai pilihan utama masyarakat Indonesia untuk melakukan pembelian berbagai barang secara online, mulai dari makanan hingga elektronik.

Meski Tokopedia sangat populer, beberapa pelanggan masih khawatir untuk memanfaatkan program tersebut. Kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen tentang penggunaan aplikasi Tokopedia. Saat membeli produk secara online menggunakan aplikasi Tokopedia, pelanggan ingin merasa aman dan nyaman.

Kesederhanaan antarmuka aplikasi menjadi salah satu elemen yang mempengaruhi pilihan konsumen. Aplikasi Tokopedia harus mudah digunakan dan tidak ribet bagi pelanggan. Ini penting karena pengguna dapat bermigrasi ke platform yang lebih mudah digunakan jika mereka merasa program tersebut sulit digunakan. Oleh karena itu, Tokopedia harus memastikan bahwa aplikasinya mudah digunakan dan tidak membingungkan.

Konsumen menempatkan prioritas tinggi pada keamanan selain kegunaan. Pelanggan ingin memastikan bahwa informasi keuangan dan data pribadi mereka aman dan terlindung dari penipuan dan kejahatan online lainnya. Pelanggan dapat memutuskan untuk tidak menggunakan aplikasi Tokopedia jika mereka ragu atau merasa tidak aman terkait keamanannya.

Selain itu, keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi Tokopedia dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan mereka. Pelanggan ingin tahu bahwa mereka dapat mengandalkan Tokopedia untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan mereka. Sejumlah variabel, termasuk posisi Tokopedia di antara pelanggan dan ketepatan pengiriman produk, mungkin berdampak pada kepercayaan konsumen.

Untuk lebih memahami unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi Tokopedia, penulis artikel “Pengaruh Kenyamanan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia” telah melakukan penelitian. Penulis penelitian ini menggunakan aplikasi Tokopedia untuk menilai hubungan antara keputusan konsumen dengan kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan. Studi ini bertujuan untuk membantu Tokopedia dalam memahami apa yang membuat pengguna merasa nyaman saat menggunakan aplikasi mereka dan bagaimana meningkatkan pengalaman pengguna untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

Ungkapan masalah yang akan dibahas untuk menentukan pertanyaan penelitian berikut dapat ditentukan dengan melihat latar belakang:

1. Bagaimana Pengambilan Keputusan Pengguna Saat Menggunakan Aplikasi Tokopedia Terkait dengan Kenyamanan?
2. Apa Keputusan Pengguna Saat Menggunakan Aplikasi Tokopedia Dipengaruhi Keamanan?
3. Bagaimana Pengambilan Keputusan Pengguna Saat Menggunakan Aplikasi Tokopedia Mempengaruhi Kepercayaan?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merekonstruksi hipotesis yang bermakna dari makalah dalam literatur yang meneliti tentang Pengaruh Kenyamanan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia.

## METODE

Memanfaatkan telaah pustaka dan teknik penulisan kualitatif, artikel ilmiah ini dibuat. Tahap awal penyelidikan ini adalah studi literatur. Tinjauan literatur ini dilakukan untuk mendukung pemahaman fundamental yang digunakan dalam penelitian ini. Wisho dan Windarto (2017)

Berbagai metode dengan pendekatan interpretatif dan diperlukan untuk setiap materi topik umumnya dianggap sebagai definisi penelitian kualitatif. Dengan mencoba untuk memahami dan menginterpretasikan fenomena berdasarkan makna yang diberikan individu kepada mereka, penelitian kualitatif beroperasi dalam setting yang alami. (2017) Gumilang

**Tabel 1 : Hasil Penelitian yang relevan terdahulu**

No.	(Penulis, Tahun)	Penelitian Terdahulu	Kesamaan Artikel	Perbedaan Artikel
1	Denni Ardyanto, Heru Susilo, Riyadi, (2015)	Kemudahan dalam menggunakan e-commerce pada website <a href="http://petersaysdenim.com">petersaysdenim.com</a> berpengaruh terhadap keputusan pembelian online. Adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa tingkat kemudahan dalam proses penggunaan website <a href="http://petersaysdenim.com">petersaysdenim.com</a> mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian secara online.	Kemudahan dalam menggunakan e-commerce Berpengaruh terhadap keputusan pembelian online.	Artikel ini lebih banyak membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online, sementara artikel yang dibuat oleh penulis lebih banyak membahas faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tokopedia.
2	Frenky Prathama dan Wilma Laura Sahetapy (2019)	Kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan minat beli ulang konsumen e-commerce Lazada.	Keduanya membahas tentang pengaruh kemudahan dan kepercayaan pada penggunaan platform e-commerce, meskipun platform yang dibahas berbeda. Selain itu, keduanya juga mencakup faktor keamanan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.	Artikel ini membahas tentang pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang konsumen e-commerce Lazada, sedangkan artikel yang dibuat oleh penulis membahas tentang pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan aplikasi Tokopedia.
3	Swastika Suryani, Komsu Koranti (2022)	Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung dan positif keamanan maupun sikap pengguna terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan terhadap sikap pengguna, serta kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan maupun melalui sikap pengguna. Sebaliknya, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta keamanan terhadap sikap pengguna.	Kedua artikel membahas tentang pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan platform e-commerce.	Artikel ini fokus pada kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sementara artikel yang dibuat oleh penulis fokus pada kemudahan, kepercayaan, dan keamanan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi Tokopedia.

4	Saripudin, Nabilla Faihaputri (2021)	Secara simultan kepercayaan, keamanan dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada e-commerce JD id artinya semakin tinggi kepercayaan, keamanan dan kemudahan penggunaan aplikasi yang disediakan akan meningkatkan minat beli ulang pada e-commerce JD ID.	Kedua artikel membahas tentang pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap minat beli ulang atau keputusan penggunaan platform e-commerce.	Artikel ini fokus pada pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi JD ID terhadap minat beli ulang, sedangkan artikel yang dibuat penulis hanya fokus pada keputusan menggunakan aplikasi Tokopedia.
5	Andrie Cesario ShomaDr. Bambang Purnomosidhi, SE., MBA., Ak. (2012)	Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa minat dipengaruhi positif oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan dipengaruhi negative oleh persepsi risiko. Kedua, perilaku secara positif dipengaruhi oleh minat individu menggunakan electronic commerce. Sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan electronic commerce.	Kedua artikel membahas tentang pengaruh persepsi dan kepercayaan terhadap perilaku penggunaan platform e-commerce.	Artikel ini lebih berfokus pada pengaruh persepsi risiko terhadap perilaku penggunaan e-commerce, sedangkan artikel yang dibuat penulis lebih berfokus pada pengaruh keamanan pada keputusan menggunakan aplikasi Tokopedia.
6	Kurnia Khafidhatur Rafiah (2019)	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam berbelanja menggunakan e-commerce. Untuk itu penting bagi pemilik bisnis online untuk dapat terus meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sehingga dapat terus bersaing dengan kompetitor dan mampu terus mempertahankan bisnisnya. Untuk lebih lanjut penelitian ini dapat dikembangkan dengan mengelompokkan secara lebih detail jenis-jenis e-commerce yang dimaksud serta membahas secara lebih detail faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan.	Kedua artikel membahas tentang pengaruh kepercayaan terhadap perilaku penggunaan platform e-commerce.	Artikel ini menggunakan dua faktor yakni kepuasan dan kepercayaan, sedangkan artikel yang dibuat penulis menggunakan tiga faktor yakni kemudahan, keamanan, dan kepercayaan.

\*minimal 6 artikel = 3 hipotesis x 2 artikel, rata kiri

\*Ket variabel:  $Y_1$  = Keputusan;  $X_1$ = Kemudahan;  $X_2$ = Keamanan; dan  $X_3$ = Kepercayaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tokopedia.**

Dampak kemudahan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan aplikasi Tokopedia telah menjadi bahan penelitian beberapa kali. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk menggunakan Tokopedia sebagai platform perdagangan online dipengaruhi oleh kemudahan akses dan penggunaan aplikasi. Fitur yang mudah digunakan seperti pencarian produk yang efisien, pembayaran sederhana, dan pengiriman barang yang cepat dan dapat diandalkan semakin meningkatkan minat pengguna.

Temuan studi tersebut juga menunjukkan bahwa kepuasan pengguna terhadap kegunaan aplikasi memiliki efek menguntungkan pada loyalitas pelanggan Tokopedia. Pelanggan yang senang dengan pengalaman belanja online Tokopedia cenderung menggunakan aplikasi ini lagi dan menyarakannya kepada orang lain. Akibatnya, membuatnya lebih mudah konsumen untuk menggunakan aplikasi ini.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan pengguna terhadap kegunaan aplikasi memiliki pengaruh yang baik terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia. Pelanggan yang senang dengan pengalaman belanja online Tokopedia cenderung menggunakan aplikasi ini lagi dan menyarakannya kepada orang lain. Alhasil, rahasia untuk meningkatkan keputusan konsumen menggunakan Tokopedia dan mempertahankan pengguna setia adalah membuat aplikasi lebih mudah digunakan dan memenuhi keinginan konsumen.

### **Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tokopedia.**

Saat menggunakan aplikasi belanja online seperti Tokopedia, penilaian konsumen sangat dipengaruhi oleh keamanan. Menurut temuan penelitian, pengguna lebih suka menggunakan program yang dapat memastikan keamanan transaksi keuangan dan informasi pribadi mereka. Kepercayaan konsumen terhadap aplikasi Tokopedia semakin didorong oleh fitur keamanan seperti enkripsi data, perlindungan kartu kredit, dan proses verifikasi yang ketat.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendapat konsumen tentang keamanan aplikasi mungkin berdampak pada pilihan mereka tentang bagaimana mereka menjalankan bisnis dan menggunakan aplikasi. Pelanggan yang tidak nyaman menggunakan aplikasi Tokopedia cenderung menghindarinya dan mencari alternatif. Oleh karena itu, sangat penting untuk meningkatkan keamanan aplikasi Tokopedia untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan pengguna setia.

Tokopedia terus menciptakan fitur keamanan untuk melindungi informasi pengguna dan transaksi keuangan dari segala bentuk penipuan dan aktivitas tidak sah. Hal ini mendorong keputusan konsumen untuk menggunakan Tokopedia sebagai aplikasi belanja online pilihan mereka dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap mereka.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tokopedia.**

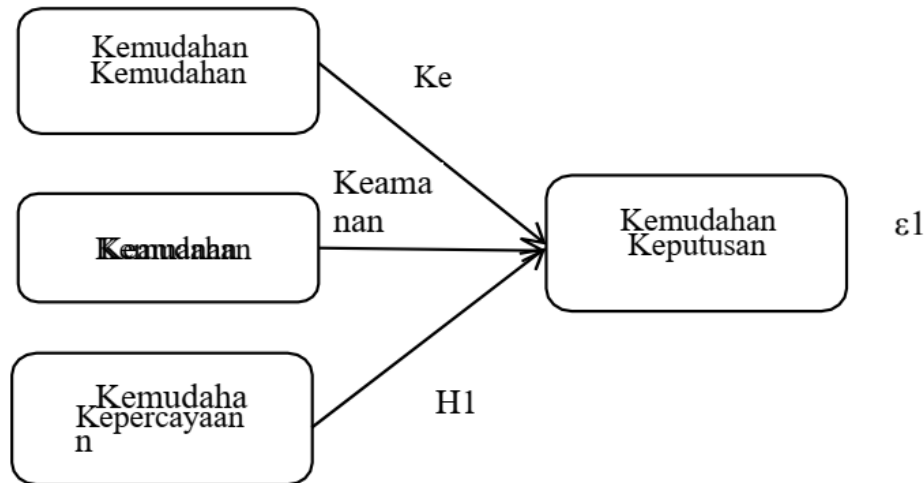
Saat menggunakan aplikasi belanja online seperti Tokopedia, Menurut temuan, pelanggan lebih memilih menggunakan aplikasi yang memberikan jaminan tentang kualitas produk yang mereka beli, keamanan transaksi mereka, dan layanan pelanggan yang patut dicontoh.

Rasa percaya konsumen dapat berdampak pada pilihan mereka untuk menggunakan aplikasi Tokopedia. Pelanggan yang yakin dengan kualitas barang dan jasa yang ditawarkan Tokopedia cenderung sering menggunakannya. Selain itu, keinginan konsumen untuk mengendorse Tokopedia kepada orang lain secara signifikan dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan mereka.

Alhasil, Tokopedia terus berupaya meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menciptakan fitur keamanan, meningkatkan kualitas produk yang ditawarkannya, dan menawarkan dukungan pelanggan yang bermanfaat. Hasilnya, Tokopedia dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan aplikasi sebagai platform belanja online pilihan mereka dan mendapatkan kepercayaan mereka.

### Conceptual Framework

Dengan mencermati perumusan masalah saat ini, penelitian teoritis, pekerjaan sebelumnya yang relevan, dan diskusi tentang pengaruh faktor. kemudian mencapai keadaan pikiran berikut:



Gambar 1: Conceptual Framework

Keputusan untuk menggunakan aplikasi Tokopedia dipengaruhi oleh kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan, seperti terlihat pada gambar kerangka konseptual di atas.

### KESIMPULAN

Dengan memeriksa banyak hipotesis yang sudah ada. Kenyamanan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan aplikasi Tokopedia, keamanan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan aplikasi Tokopedia, dan kepercayaan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan aplikasi Tokopedia. Artikel-artikelnya. Ini dapat digunakan untuk membuat hipotesis penelitian yang relevan dengan diskusi.

### REFERENSI

- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–15. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Arya Nurdiansyah, Azizah Suci Pratiwi, B. N. K. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297–303.
- Aziza, R. F. A. (2019). Analisa Usability Desain User Interface Pada Website Tokopedia Menggunakan Metode Heuristics Evaluation. *Jurnal Tekno Kompak*, 13(1), 7. <https://doi.org/10.33365/jtk.v13i1.265>
- Gumilang, G. S. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2). Retrieved from <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>

- Tempong buka, H., Kendek Allo, E., & U A Sompie, S. R. (2015). Rancang Bangun Sistem Keamanan Rumah Menggunakan Sensor PIR (Passive Infrared) Dan SMS Sebagai Notifikasi. *Journal Teknik Elektro Dan Komputer*, 4(6), 10–15. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/elekdankom/article/view/9992>
- Wanto, A., & Windarto, A. P. (2017). Analisis Prediksi Indeks Harga Konsumen Berdasarkan Kelompok Kesehatan Dengan Menggunakan Metode Backpropagation. *Jurnal & Penelitian Teknik Informatika Sinkron*, 2(2), 37–43. Retrieved from <https://zenodo.org/record/1009223#.Wd7norlTbhQ>