

**PENGARUH SISTEM PENJUALAN *ONLINE*, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEAMANAN SISTEM INFORMASI
TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN
(Studi Empiris pada Toko *Online* yang terdaftar
di Grab Mart Kota Palembang)**

SKRIPSI



Nama : Sella Ariska

Nim : 222019153

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH SISTEM PENJUALAN *ONLINE*, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEAMANAN SISTEM INFORMASI
TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN
(Studi Empiris pada Toko *Online* yang terdaftar
di Grab Mart Kota Palembang)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



Nama : Sella Ariska

Nim : 222019153

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sella Ariska
NIM : 222019153
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi
Mata Kuliah : Sistem Informasi Akuntansi
Judul Proposal : Pengaruh Sistem Penjualan *Online*, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Sistem Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Empiris pada toko *online* yang terdaftar di Grab Mart Kota Palembang).

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2023


58AKX287495491 Sella Ariska

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

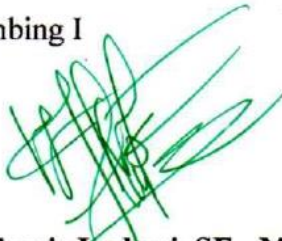
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Sistem Penjualan *Online*, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Sistem Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Empiris pada toko *online* yang terdaftar di Grab Mart Kota Palembang).

Nama : Sella Ariska
NIM : 222019153
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi
Mata Kuliah : Sistem Informasi Akuntansi


Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Februari 2023

Pembimbing I



Dr. Yuhanis Ladewi, SE., M.Si., Ak., CA., CATr
NIDN/NBM: 0226016901/765380

Pembimbing II



Darmayanti, SE., Ak., M.M., CA
NIDN/NBM: 0219057901/1187172

Mengetahui,
Dekan
u.b Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Betri, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN/NBM: 0216106902/944806

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- Tidak ada satupun perjuangan yang tidak melelahkan.
- “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (QS. Al-Baqarah 286).
- “Cita-cita tergantung usaha dan doa, manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya” (Jalaluddin Rumi).

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

- ❖ Kedua orang tuaku, saudara-saudaraku yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi bagiku
- ❖ Orang-orang yang ku sayangi
- ❖ Almamaterku



PRAKATA

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alaamiin, segala puji bagi Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sistem Penjualan *Online*, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Sistem Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Empiris pada toko *online* yang terdaftar di Grab Mart Kota Palembang), sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana Starta satu pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wasallam.

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, yaitu bab I pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Bab II kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis, kajian pustaka terdiri dari pengertian dan pengukuran, kerangka pemikiran terdiri dari teori penghubung dan penelitian sebelumnya. Bab III metodologi penelitian, bab IV hasil penelitian dan pembahasan serta bab V simpulan dan saran.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih terkhusus kepada kedua orangtuaku Bapak Zahariyo dan Ibu Ermituti yang telah mendidik, membiayai dan mendoakan serta memberikan dorongan yang besar kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga ucapkan terimakasih kepada ibu Dr. Yuhanis Ladewi, SE., M.Si., Ak., CA., CATr selaku dosen pembimbing 1 dan ibu Darmayanti SE., Ak., MM., CA selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan atas penulisan skripsi ini. Selain itu penulis juga ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Dr. Betri, SE., M.Si., Ak., CA selaku Pembimbing Akademik dan Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Nina Sabrina, SE., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak dan Ibu yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di toko *online* yang terdaftar di grab mart Kota Palembang.
6. Seluruh bapak dan ibu Dosen yang telah membekali ilmu sehingga pengetahuan penulis semakin meningkat serta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Sahabat seperjuanganku Sultan, Ajeng, Bunga, Rahmah, Asdiana dan teman-teman kelas CA.2.2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu serta semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya.

Semoga Allah subhanahu wa ta'ala membalas kebaikan kalian semua atas terselesainya penulisan skripsi ini. Penulis menyadari dengan segala keterbatasan yang ada dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dan membangun sangat diharapkan baik dari pembaca maupun dari berbagai pihak agar kedepannya lebih sempurna dalam penulisan skripsi ini. Semoga penyusunan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca.

Palembang, Februari 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sella Ariska', enclosed within a circular flourish.

Sella Ariska

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Sistem Penjualan <i>Online</i>	10
a. Pengertian Sistem Penjualan Online.....	10
b. Pengukuran Sistem Penjualan Online.....	11
2. Kualitas Pelayanan.....	14
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
b. Pengukuran Kualitas Pelayanan	15
3. Keamanan Sistem Informasi	20
a. Pengertian Keamanan Sistem Informasi.....	20
b. Pengukuran Keamanan Sistem Informasi.....	21

4.	Kepercayaan Pelanggan	23
a.	Pengertian Kepercayaan Pelanggan.....	23
b.	Pengukuran Kepercayaan Pelanggan.....	24
B.	Kerangka Pemikiran	27
1.	Pengaruh Sistem Penjualan <i>Online</i> Terhadap Kepercayaan Pelanggan .	27
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	29
3.	Pengaruh Keamanan Sistem Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	31
C.	Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
A.	Jenis Penelitian	35
B.	Lokasi Penelitian	36
C.	Operasionalisasi Variabel.....	38
D.	Populasi dan Sampel	39
E.	Data Yang Digunakan	41
F.	Metode Pengumpulan Data	42
G.	Pengujian Data	43
H.	Teknik Analisis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
A.	Hasil Penelitian	51
1.	Tingkat Pengembalian Kuesioner	51
2.	Profil Responden.....	52
3.	Hasil Pengujian Data.....	54
a.	Uji Validitas	54
b.	Uji Reliabilitas	57
4.	Teknik Analisis	58
a.	Analisis Statistik Deskriptif.....	58
b.	Analisis Statistik Inferensial.....	69
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	78
1.	Pengaruh Sistem Penjualan <i>Online</i> Terhadap Kepercayaan Pelanggan .	78
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	80

3. Pengaruh Keamanan Sistem Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Lokasi Penelitian.....	36
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel	38
Tabel III.3 Toko Online yang Menjadi Responden	40
Tabel IV.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	51
Tabel IV.2 Profil Responden.....	53
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Sistem Penjualan Online	55
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	56
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Keamanan Sistem Informasi	56
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan	57
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel IV.8 Kriteria Statistik Deskriptif Per Variabel.....	59
Tabel IV.9 Hasil Statistik Deskriptif Per Variabel.....	60
Tabel IV.10 Kriteria Statistik Deskriptif Per Indikator Variabel	61
Tabel IV.11 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Transaksi Tanpa Batas.....	61
Tabel IV.12 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Transaksi Anonim	62
Tabel IV.13 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Produk Digital	62
Tabel IV.14 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Pelayanan Sesuai Permintaan ...	63
Tabel IV.15 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Berwujud	63
Tabel IV.16 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Daya Tanggap.....	64
Tabel IV.17 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Jaminan.....	64
Tabel IV.18 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Empati	65
Tabel IV.19 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Reliabilitas.....	65
Tabel IV.20 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Kerahasiaan	66
Tabel IV.21 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Integritas	67
Tabel IV.22 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Ketersediaan	67
Tabel IV.23 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Kemampuan.....	68
Tabel IV.24 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Kebaikan Hati.....	68
Tabel IV.25 Hasil Statistik Deskriptif Indikator Integritas	69
Tabel IV.26 Hasil Uji Normalitas	71

Tabel IV.27 Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel IV.28 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Uji Glejser	73
Tabel IV.29 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
Tabel IV.30 Koefisien Determinasi	76
Tabel IV.31 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar III.1 Model Penelitian	48
Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas	70
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Gambar IV.3 Model Hasil Penelitian.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Skala Ordinal

Lampiran 3 Tabel Statistik

Lampiran 4 Tabel Uji Validitas, Reliabilitas dan Asumsi Klasik

Lampiran 5 Fotokopi Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 Fotokopi Sertifikat Membaca dan Menghapal Al-Qur'an

Lampiran 7 Fotokopi Sertifikat Pelatihan SPSS

Lampiran 8 Fotokopi Sertifikat Pelatihan Audit Forensik

Lampiran 9 Fotokopi Sertifikat Pelatihan Audit Persediaan

Lampiran 10 Fotokopi Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer

Lampiran 11 Fotokopi Sertifikat Komputer Akuntansi

Lampiran 12 Fotokopi Sertifikat Magang

Lampiran 13 Fotokopi Plagiarisme

Lampiran 14 Biodata Penulis

ABSTRAK

Sella Ariska / 222019153 / 2023 / Pengaruh Sistem Penjualan *Online*, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Sistem Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Empiris pada Toko *Online* yang Terdaftar di Grab Mart Kota Palembang).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh sistem penjualan *online*, kualitas pelayanan dan keamanan sistem informasi terhadap kepercayaan pelanggan pada toko *online* yang terdaftar di grab mart Kota Palembang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan asosiatif. Variabel yang digunakan sistem penjualan *online*, kualitas pelayanan, keamanan sistem informasi dan kepercayaan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder serta Pengujian data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan statistif inferensial yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolineoritas dan heterokedasitas) dan analisis regresi linier berganda (koefesien determinasi dan uji t). Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan program komputer statistik SPSS versi 25. Hasil Penelitian berdasarkan data yang kembali dan diolah sebanyak 70 responden semuanya valid dan reliabel. Analisis statistik deskriptif per variabel dan per indikator menunjukkan bahwa nilai dominannya tinggi. Statistik inferensial yaitu uji asumsi klasik menunjukkan bahwa hasil nilai residualnya berdistribusi normal, tidak terjadi multikolineoritas dan heterokedasitas. Pada uji regresi linier berganda menunjukkan jika variabel sistem penjualan *online*, kualitas pelayanan dan keamanan sistem informasi dianggap konstan maka kepercayaan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa sistem penjualan *online*, kualitas pelayanan dan keamanan sistem informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada toko *online* yang terdaftar di grab mart Kota Palembang.

Kata Kunci: Sistem Penjualan *Online*, Kualitas Pelayanan, Keamanan Sistem Informasi, Kepercayaan Pelanggan.

ABSTRACT

Sella Ariska / 222019153 / 2023 / The Influence of Online Sales Systems, Service Quality and Information System Security on Customer Trust (Empirical Study of Online Stores Registered at Grab Mart Palembang City).

This study aims to determine and partially analyze the effect of online sales systems, service quality and information system security on customer trust in online stores registered at Grab Mart in Palembang City. The type of research used in this research is descriptive and associative research. Variables used online sales system, service quality, information system security and customer trust. The population in this study were 96 respondents. The sample used is saturated sample. The data used are primary data and secondary data and testing the data used is validity and reliability. The data analysis technique used is descriptive statistics and inferential statistics, namely the classical assumption test (test for normality, multicollinearity and heteroscedasticity) and multiple linear regression analysis (coefficient of determination and t test). The analysis technique in this study used the statistical computer program SPSS version 25. The research results were based on the data returned and processed by 70 respondents, all of which were valid and reliable. Descriptive statistical analysis variable and indicator shows that the dominant value is high. Inferential statistics, namely the classical assumption test, shows that the residual values are normally distributed, there is no multicollinearity and heteroscedasticity. The multiple linear regression test shows that if the online sales system variables, service quality and information system security are considered constant, customer trust will increase. The results of this study can be concluded partially (t test) indicating that the online sales system, service quality and information system security have a significant effect on customer trust in online stores registered at Grab Mart in Palembang City.

Keywords: Online Sales System, Service Quality, Information System Security, Customer Trust.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan, karena jika produk sebuah perusahaan sudah tidak dipercayai lagi oleh pelanggan maka produk tersebut akan sulit untuk berkembang di pasar. Tjiptono (2014: 398) mengatakan kepercayaan pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk mempercayai atau mengandalkan produk jasa dalam situasi resiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk atau jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif. Kepercayaan pelanggan adalah keyakinan atas integritas, kemampuan, dan kebaikan yang dapat dilakukan oleh seseorang atau organisasi (Jeffry dkk, 2021: 47). Rizkiyah (2014) mengatakan bahwa besarnya kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan dan produk atau jasa yang “dijual” berkaitan dengan besarnya kepercayaan mereka terhadap sistem yang digunakan perusahaan tersebut, ketika pelanggan memperkirakan faktor kepercayaan, beberapa persoalan muncul dalam pikiran mereka dan salah satu persoalan tersebut adalah kesesuaian kemampuan dari sistem penjualan *online* dengan harapan pelanggan.

Kotler dan Keller (2016: 636) mengatakan bahwa *online sales system is a web site for transacting or facilitating the sale of products and services online (e-commerce)* “sistem penjualan *online* adalah situs web untuk

bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan layanan secara *online* (*e-commerce*)". Laudon dan Traver (2021: 9) mengatakan *e-commerce is the sale, purchase, marketing of goods and services carried out by consumers through electronic systems such as the internet, www or other computer networks, which can be said to be synonymous with online sales systems using B2C (Business- to -Customer) business approach to customers* "e-commerce adalah penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen melalui sistem elektronik seperti internet, www atau jaringan komputer lainnya, yang bisa dikatakan sebagai sinonim sistem penjualan *online* dengan menggunakan B2C (*Business-to-Customer*) pendekatan bisnis kepada pelanggan. Semakin maraknya bisnis di internet tentu saja hal ini akan mengakibatkan persaingan di dalam penjualan *online* semakin ketat (Anwar dan Afifah, 2018: 47).

Salim (2014: 13) mengatakan bahwa sistem penjualan *online* adalah segala upaya yang kita lakukan untuk mendatangkan keuntungan berupa uang dengan memanfaatkan sistem internet untuk menjual suatu produk atau jasa. Perusahaan yang mempunyai *image* yang baik dimata pelanggan umumnya akan lebih menarik calon pelanggan, karena mereka yakin bahwa perusahaan tersebut memiliki kualitas pelayanan yang baik dan dapat dipercaya. Kualitas pelayanan menjadi sesuatu hal penting untuk dilakukan perusahaan supaya bisa bertahan dan mampu mendapat kepercayaan pelanggan (Tjiptono, 2015: 260). Pelayanan dikatakan berkualitas apabila kinerja pelayanan dapat memenuhi harapan atau kepercayaan pelanggan (Nasution 2018: 15).

Tjiptono (2015: 259) mengatakan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi keinginan pelanggan. Hal serupa juga dikatakan oleh Kasmir (2017: 64) bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Nasution (2014: 47) mengatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Banyak pelanggan yang masih mempertanyakan tentang sistem keamanan, kontrol terhadap informasi pribadi, integritas, kualitas barang, metode pembayaran dan kemampuan situs sendiri dalam mengelola jual beli *online* (Anwar dan Afifah, 2018: 48).

Keamanan sistem dapat dilihat melalui data pengguna yang aman disimpan oleh suatu sistem informasi (Rusli dkk, 2015: 6). Whitman dan Mattord (2018: 2) mengatakan *information system security is a form of protection of information and the important elements in it such as confidentiality, integrity and availability, including systems and hardware to store and transmit information* “keamanan sistem informasi adalah suatu bentuk perlindungan terhadap informasi dan unsur-unsur penting yang ada di dalamnya seperti kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan tidak terkecuali sistem dan *hardware* untuk menyimpan dan mengirim informasi tersebut”. Hal serupa juga dikatakan Anwar dan Afifah (2018: 54) bahwa keamanan

sistem informasi adalah upaya melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Regyna dkk, (2022: 3) mengatakan keamanan sistem informasi didefinisikan sebagai melindungi informasi dan sistem informasi dari akses, penggunaan, pengungkapan, pengoperasian, modifikasi, atau penghancuran oleh pengguna yang tidak berwenang untuk memastikan kerahasiaan, integritas, dan kemudahan penggunaan.

Permasalahan yang berkaitan dengan sistem penjualan *online* dan kepercayaan pelanggan yaitu dikemukakan oleh Dhiman (2022) sebagai direktur manajer yang dilansir dalam *web.tempo.com* mengatakan rata-rata 25% orang Indonesia mengalami tindak penipuan melalui berbagai macam penjualan *online (e-commerce)* dan layanan sehingga adanya kesenjangan tingkat kepercayaan antara pelanggan dan perusahaan. Persadha (2021) yang dilansir dalam *https.katadata.co.id* mengatakan kerugian akibat penipuan *online* GrabToko Rp 17 miliar. Grab Toko menawarkan ponsel pintar (*smartphone*) dengan harga ‘miring’ untuk menjaring lebih banyak korban. Modus penipuan semakin beragam di saat pelanggan beralih ke layanan digital.

Permasalahan berikutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dikemukakan oleh pakar Abadi (2018) yang dilansir dalam *web.bisnitempo.com* mengatakan para pelaku usaha *online* saat ini kurang kooperatif dalam merespon aduan dari pelanggan dan literasi pelanggan Indonesia terkait transaksi di dunia maya masih sangat minim seperti

penipuan terhadap pelanggan dalam layanan *e-commerce* terbilang masih tinggi.

Selanjutnya permasalahan yang berkaitan dengan keamanan sistem informasi dikemukakan oleh pakar Mas'ruf (2021) yang dilansir dalam *web.nasionaltempo.com* mengatakan Lazada mengalami kebocoran sebanyak 1,1 juta data. Adapun, pihak Lazada mengatakan bahwa insiden terkait keamanan data di Singapura itu, melibatkan database khusus *redmart* yang di-*hosting* oleh penyedia layanan pihak ketiga dan jutaan akun pengguna *e-commerce* Tokopedia telah bocor.

Berdasarkan informasi dari hasil survei pendahuluan yang telah dilakukan pada beberapa toko *online* yang terdaftar di Grab Mart Kota Palembang. *Happy Frozen Food* (Nike, 2022) dan *Kilara Frozen Food* (Kilara, 2022) sebagai pemilik (*owner*) mengatakan penjualan secara *offline* lebih banyak dari pada penjualan secara *online*, karena masih banyak oknum yang mengincar pembeli yang kurang cerdas dalam berbelanja *online*, rawan terjadinya penipuan, barang tidak sesuai ekspektasi dan keamanan informasi pelanggan dalam pembayaran menggunakan *e-wallet*, kartu kredit dan kartu debit dapat disalahgunakan. Toko Niken (Rika, 2022) dan *Mamak Frozen Food* (Nisya, 2022) sebagai bagian akuntansi, mengatakan ada yang memberikan rating dan komentar bahwa tidak adanya bukti pembayaran seperti struk atau nota dan tidak ada respon dari pihak pelaku usaha atas komentar tersebut, sehingga pelanggan kurang mempercayai produk yang ditawarkan jika tidak memiliki bukti bayar. *Best Meat* (Marini, 2022) dan

Toko Sahabat (Lili, 2022) bagian pelayanan, mengatakan belum sepenuhnya memenuhi kualitas pelayanan yang baik karena belum cepat dalam merespon pengaduan yang diberikan oleh pelanggan dan belum sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang ditetapkan oleh Grab Mart. Sehingga sistem penjualan *online*, kualitas pelayanan dan keamanan sistem informasi lebih minim untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Penelitian ini didasarkan beberapa rujukan penelitian sebelumnya, penelitian tentang sistem penjualan *online* yang dilakukan oleh Yuwen dan Qiongwei (2022) mengatakan *the obtained e-commerce (online sales) variables show significant results on the trust of each customer* “Variabel *e-commerce* (penjualan *online*) yang diperoleh menunjukkan hasil yang signifikan terhadap kepercayaan masing-masing pelanggan”. Penelitian tersebut juga didukung oleh Rizkiyah (2014), Pujastuti dkk (2014), Putra dkk (2018) mengatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sistem penjualan *online* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Berbeda pendapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dkk (2019) yang mengatakan bahwa *online customer rating* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan.

Selanjutnya penelitian tentang kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Nugraha dan Mandala (2020) mengatakan *Based on the results of research on the effect of service quality on customer trust, the result is that service quality has a positive and significant effect on customer trust* (berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan

diperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan). Penelitian tersebut juga didukung oleh Pramana dan Rastini (2016), Fajarini dan Meria (2020) mengatakan berdasarkan penelitian yang dilakukan, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Berbeda pendapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Lusiana dkk, (2019) mengatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan.

Penelitian sebelumnya tentang keamanan sistem informasi yang dilakukan oleh Varma et al., (2020) mengatakan *from the results of the research that has been done, it shows that security has a significant effect on trust* (dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keamanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan). Penelitian tersebut didukung oleh Lule dan Liani (2014), Ernawati (2018), mengatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan dengan artinya keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. Berbeda pendapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Widodo dan Susanto (2018) mengatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen *online*.

Berdasarkan fenomena, literatur yang digunakan dan hasil penelitian sebelumnya yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini akan difokuskan pada objek penelitian, yaitu sistem penjualan *online*, kualitas

pelayanan dan keamanan sistem informasi sebagai variabel yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan.

Sehingga judul penelitian ini adalah, **“Pengaruh Sistem Penjualan *Online*, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Sistem Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Empiris Pada Toko *Online* yang terdaftar di Grab Mart Kota Palembang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana pengaruh sistem penjualan *online* terhadap kepercayaan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh keamanan sistem informasi terhadap kepercayaan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem penjualan *online* terhadap kepercayaan pelanggan.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan.

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan sistem informasi terhadap kepercayaan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai informasi untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai sistem penjualan *online*, kualitas pelayanan dan keamanan sistem informasi terhadap kepercayaan pelanggan, selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan sarana atau wadah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat selama kuliah dengan yang ada didunia kerja.

2. Bagi Toko *Online* yang terdaftar di Grab Mart Kota Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang bermanfaat bagi toko *online* yang terdaftar di Grab Mart Kota Palembang, dalam memahami dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya sistem penjualan *online*, kualitas pelayanan dan keamanan sistem informasi terhadap kepercayaan pelanggan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wacana keilmuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. (2018). *Penjual Online Kurang Kooperatif dalam Merespon Aduan*. <https://bisnis.tempo.co/read/1052107/ylki-penjual-online-kurang-kooperatif-dalam-merespon-aduan>. (Akses 21 Oktober 2022).
- Amalia, R. (2020). *Pengaruh Review Blog Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Niat Transaksi Online*. *Jurnal Akrab Juara*, 5(1), 96-105.
- Anwar, R. N., & Afifah, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). In *Jurnal Manajemen Agustus* (Vol. 9, Issue 1). <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen>
- Ardianto Kusuma. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Website Tokopedia*.
- Azam, A., Qiang, F., & Sharif, S. (2013). Personality Based Psychological Antecedents Of Consumers' Trust In E-Commerce. In *Journal of WEI Business and Economics* (Vol. 2, Issue 1).
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Rajawali Pers, Jakarta*.
- Basini, Justin. (2012). *Why should anyone buy from you? : earn customer trust to drive business success*. Financial Times Prentice Hall.
- Dhiman, D. (2018). *Sekitar 25% Konsumen Pernah Mengalami Penipuan Online*. (Akses 21 Oktober 2022). <https://gaya.tempo.co/read/1101682/25-persen-orang-indonesia-pernah-tertipu-saat-belanja-online>.
- Eid, Riyad. (2013). *Managing customer trust, satisfaction, and loyalty through information communication technologies*. Information Science Reference.
- Elizar, C., Indrawati, R., Yanuar, T., & Syah, R. (2020). *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Customer Loyalty in Service of Paediatric Polyclinic Over Private H Hospital of East Jakarta, Indonesia*. 4(2).
- Ernawati, T. (2018). *Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Keputusan pembelian Online Studi pada Bukalapak. com Kota Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika & Bisnis*.
- Fajarini, A. , & M. L. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan*

- (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty Inc). *JCA of Economics and Business*, 1(02).
- Fernández-Bonilla, F., Gijón, C., & de la Vega, B. (2022). E-commerce in Spain: Determining factors and the importance of the e-trust. *Telecommunications Policy*, 46(1). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102280>
- Fitriya Fauzi, Abdullah Basyith Denci, & Diah Isnaini Asiati. (2019). *Metodologi Penelitian untuk manajemen dan Akuntansi (Aplikasi SPSS dan Eviews untuk Teknik Analisis Data)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, G. (2022). *Sistem Informasi*. (n.p.): Yayasan Kita Menulis. https://www.google.co.id/books/edition/Sistem_Informasi/eyZ-EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Hernon, P. , A. E. , dan D. Robert. E. (2015). *Assessing service quality Satisfying the expectations of library customers. Third Edition*. American Library Association. 159.
- Hidayat Taufik. (2008). *Panduan Membuat Toko Online Dengan Oscommerce* (Jakarta: Mediakita). https://www.google.co.id/books/edition/Panduan_Membuat_Toko_Online_dengan_OSCOM/ybIPPdxW5A0C?hl=id&gbpv=0
- Jeffry Nelwan, Ni Nyoman Kerti Yasa, I Putu Gde Sukaatmadja, & Ni Wayan Ekawati. (2021). *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank Bukopin. Edisi Pertama: Media Sains Indonesia*. https://www.google.co.id/books/edition/Layanan_Internet_Banking_dan_Mobile_Bank/eRkvEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Kasmir. (2017). *Customer services excellent: teori dan praktik, cetakan ke-1*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Khusnul dan Farid. (2021). *Statistik Deskriptif*. Jombang: LPPM Universitas K.H. A. Wahab Hasbullah.
- Kinasih, B. S. , & A. A. (2012). *Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1).
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Laudon, K. C. , and, & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021–2022_ business. technology. society., Global Edition-Pearson*.

- Lule, B. , & L. M. (2014). Pengaruh pengguna antarmuka dan keamanan situs terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada situs belanja online di Indonesia. *JBE (Journal of Business and Economics)*, 189-198. *Journal of Business and Economics December, 13(2)*, 189–198.
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lusiana, Y. , F. A. , & P. N. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Peserta BPJU BPJS Kesehatan Pada BPJS Kesehatan Cabang Padang Di Kota Padang*. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 86-95.
- Mas'ruf, A. (2021). *6 Kasus Kebocoran Data Pribadi di Indonesia*. <https://nasional.tempo.co/read/1501790/6-kasus-kebocoran-data-pribadi-di-indonesia>
- Nasution, M. J. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online Shopee Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Nasution, M. N. (2014). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Graha ilmu.
- Nugraha, M. H., & Mandala, K. (2020). The Role of Perceived Value in Mediating the Effect of Service Quality on Customer Trust. In *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (Issue 6). www.ajhssr.com
- Nur dan Bambang. (2018). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. CV wade group.
- Nurhan, F. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Pilar Nusantara.
- Persadha, P. (2021). *Marak Penipuan Online saat Konsumen Hijrah Ke Digital di Masa Pandemi*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/600aa5de3a818/marak-penipuan-online-saat-konsumen-hijrah-ke-digital-di-masa-pandemi>
- Pheng, L. S., & Rui, Z. (2016). Service quality for facilities management in hospitals. In *Service Quality for Facilities Management in Hospitals*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-0956-3>
- Pramana, I. G. Y. , & R. N. M. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah bank mandiri cabang veteran Denpasar Bali*.
- Pujastuti, E., Wahyu Winarno, W., (2014). Pengaruh E-Commerce Toko Online Fashion Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Citec Journal*, 1(2).

- Putra, I. M. E. W. , D. G. R. , & C. I. M. (2018). *Model pengukuran tingkat kepercayaan pelanggan (online trust) terhadap situs e-commerce (Studi kasus pada pelanggan e-commerce di Provinsi Bali)*. *International Journa*.
- Putri. L. R. (2019). *Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Ladyfame Shop di Bandar Lampung*.
- Rachbini, W. , S. A. H. , & Didik. J. R. (2018). *Statistika Terapan. Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Raman, Arasu. , & V. A. (2011). "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer". *IJCA Special Issue on:Wireless Information Networks & Business Information System*, hal.54-60.
- Regyna, T. F. , A. D. , & P. F. N. (2022). "Sistem Manajemen Keamanan Informasi."
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. (n.p.): Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/E_Commerce_Menciptakan_Daya_Saing_Melalu/reFUDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Rizkiyah, A. (2014). *Pengaruh Sistem Penjualan Online Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Web Wahana Wisata) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik)*.
- Romie, P. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS: Pengolahan dan Analisis Data*. Yogyakarta: Startup.
- Rusli, R. , R. K. , & W. R. (2015). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Keamanan dan Kerahasiaan, dan Kecepatan terhadap Intensitas Perilaku dalam Penggunaan E-filing (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Senapelan) (Doctoral dissertation, Riau University). In *Jom FEKON* (Vol. 2, Issue 2).
- Salim, J. (2014). *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Savalas, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Informasi dan Keamanan yang Dirasakan terhadap Kepercayaan Pelanggan (pada Situs Toko Online Lazada)*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(2), 205-212.
- Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Terbitan Pertama: Scopindo Media Pustaka.
https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Online/Loda_eaaaqbaj?Hl=Id&Gbpv=0

- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS* Penerbit Kencana: Jakarta.
- Slamet, R. and H. A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi 2. PT. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi keempat: Andi.
- Uma Sekaran dan Roger Bougie. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 6. Buku Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- V. Wiratna Sujarweni. (2019). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Varma, M., Kumar, V., Sangvikar, B., & Pawar, A. (2020). Impact of social media, security risks and reputation of e-retailer on consumer buying intentions through trust in online buying: A structural equation modeling approach. *Journal of Critical Reviews*, 7(1), 119–127. <https://doi.org/10.22159/jcr.07.01.22>
- Wahyudi, T., Handayani, B. R., & Sarmo, S. (2019). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*.
- Whitman, M. E. , & Mattord, H. J. (2018). *Management of Information Security*. Sixth Edition. Cengage Learning. Inc., Boston, MA, 02210. <http://library.lol/main/C7F97C2AE6B9B73EFF6ADB10104E63B9>

- Widodo, W. , & Susanto, A. (2018). *Gender Sebagai Variabel Kontrol: Pengaruh Persepsi Keamanan dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Konsumen Online. The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018.*
- Yuhanis Ladewi-Welly. (2022). *Metodologi Penelitian Akuntansi, LP FE UMP, Palembang.*
- Yuwen, H. , G. S. , & Q. Y. (2022). Consumers' Perceived Trust Evaluation of Cross-border E-commerce Platforms in the Context of Socialization. *Procedia Computer Science*, 199, 548-555. *Procedia Computer Science*, 199, 548–555. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.01.067>