

KARAKTERISTIK LAYANAN DIGITAL : BELANJA ONLINE DENGAN DOMPET DIGITAL, KEAMANAN BERTRANSAKSI, DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN

Velyn Likhe Layoji, Hansel Osmond Laurence

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Belanja online merupakan salah satu pilihan belanja yang praktis dan ekonomis bagi masyarakat terutama saat ini pembayaran dipermudah dengan kehadiran dompet digital. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh Karakteristik Layanan Digital : Belanja Online dengan Dompet Digital, Keamanan Bertransaksi, dan Dampaknya Pada Perilaku Pembelian. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan sampel 100 orang sebagai responden. Pengolahan data menggunakan aplikasi Smart PLS 4. Hasil penelitian menunjukkan nilai statistik (t hitung) karakteristik layanan digital yaitu $2.436 > \text{nilai } 1,96$ dengan p values yaitu $0,015 < \text{sig}0,05$, maka karakteristik layanan digital berefek positif terhadap perilaku pembelian. Nilai statistik (t hitung) belanja online yaitu $3.747 > \text{nilai } 1,96$ dengan p values yaitu $0,000 < \text{sig}0,05$, maka dapat disimpulkan belanja online berefek positif terhadap perilaku pembelian. Nilai statistik (t hitung) belanja keamanan bertransaksi yaitu $3.955 > \text{nilai } 1,96$ dengan p values yaitu $0,000 < \text{sig}0,05$, maka keamanan bertransaksi berefek positif terhadap perilaku pembelian. Nilai uji statistik F (hitung) sebesar $57,385 > \text{tabel } 2,699$, maka dapat disimpulkan karakteristik layanan digital, belanja online dengan dompet digital, keamanan bertransaksi berefek positif secara simultan terhadap perilaku pembelian.

Kata Kunci : Layanan Digital, Belanja Online, Dompet Digital, Keamanan Bertransaksi, Perilaku Pembelian.

CHARACTERISTICS OF DIGITAL SERVICES: ONLINE SHOPPING WITH DIGITAL WALLETS, TRANSACTION SECURITY, AND ITS IMPACT ON PURCHASE BEHAVIOUR

Velyn Likhe Layoji, Hansel Osmond Laurence

S1 Management Study Programme
Faculty of Economics
Prima Indonesia University

ABSTRACT

Online shopping is one of the practical and economical shopping options for the community, especially now the payment is easier with digital wallets. This project research aims to know the effect of Digital Service Characteristics: Online Shopping with Digital Wallets, Transaction Security, and its Impact on Purchase Behaviour. This research used quantitative method with 100 respondents as a sample. Data processing using Smart PLS 4 app. The statistical value (t count) of digital service characteristics of $2.436 > 1.96$ with p values of $0.015 < 0.05$, which conclude that digital service characteristics shows a positive impact on purchase behaviour. The t count of online shopping is $3.747 > 1.96$ with p values of $0.000 < 0.05$, it can be concluded that online shopping shows a positive impact on purchasing behaviour. The statistical value (t count) of transaction security shopping is $3.955 > 1.96$ with p values of $0.000 < 0.05$, it can be concluded that transaction security has a positive impact on purchase behaviour. The statistical test value of *f count* is $57.385 > \text{table } 2.699$, which conclude that digital service characteristics, online shopping with digital wallets, transaction security have a simultaneous positive effect on purchase behaviour.

Keywords: Digital Services, Online Shopping, Digital Wallet, Transaction Security, Purchase Behaviour