

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh privasi, keamanan, dan kepercayaan terhadap niat bertransaksi *online* di bukalapak.com. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dan *nonprobability sampling* yang digunakannya adalah *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 200 orang pengguna/konsumen bukalapak.com di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan melalui program AMOS 21 sebagai alat analisisnya.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa privasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat bertransaksi *online*, privasi mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat bertransaksi *online*, keamanan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat bertransaksi *online*. Selanjutnya kepercayaan dapat menjadi mediasi privasi dan keamanan terhadap niat bertransaksi *online*.

Kata Kunci: privasi, keamanan, kepercayaan, perdagangan elektronik, transaksi *online*

## **ABSTRACT**

*This research aimed at finding how much the influence of privacy, security and trust, towards intention to online transaction . The sample collecting method conducted in this research was nonprobability sampling, and the nonprobability sampling used was purposive sampling. The respondents in the study were 200 users/consumers of bukalapak.com in Yogyakarta. This research also used Structural Equation Modelling (SEM) conducted through AMOS 21.0 program as the analysis tool.*

*The result of the research showed that privacy had positive and significant influence towards the trust, security had positive and significant influence towards the trust, trust had positive and significant influence towards intention to online transaction, privacy had positive and not significant influence towards intention to online transaction, and security had negative and not significant influence towards intention to online transaction Then trust can be mediated of privacy and security towards intention to online transaction*

*Keywords: privacy, security trust, e-commerce, online transaction*