MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS PANCA SAKTI BEKASI

Andi Nur Fatkhur Rohman Nugroho[1], Winna Sarikusumaningtyas[2], Joni Tesmanto[3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Sakti Bekasi, Indonesia
fatkhurrahman.andi@gmail.com, winna.kusumaningtyas@gmail.com, jonitesmanto@gmail.com

Abstract
This study aims to determine the influence of ease of use and security on Shopee e-commerce user satisfaction levels among Management Study Program students at Panca Sakti University Bekasi. An associative quantitative approach was employed, with data collected via questionnaires distributed to 260 respondents. The research instruments underwent validity and reliability testing using Pearson correlation and Cronbach's Alpha. The results indicate that the ease of use and security of the Shopee application have a positive and significant impact on user satisfaction levels. Students perceive the Shopee application as easy to learn and use, and note that its security system provides a sense of safety during transactions and protects personal data, thereby enhancing online shopping satisfaction.
The findings demonstrate that the variables of ease of use and security have a positive and significant effect on user satisfaction. This is evidenced by the t-test and F-test results, which show a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). The coefficient of determination (R^2) is 0.893, meaning that 89.3% of the variation in user satisfaction can be explained by the ease of use and security variables, while the remaining 10.7% is influenced by factors outside the scope of this study.
Based on these results, it can be concluded that enhancing the ease of use and security of the Shopee application directly contributes to increased user satisfaction among Management Study Program students at Panca Sakti University Bekasi.
Keywords: Ease of Use, Security, User Satisfaction, Shopee E-Commerce

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap tingkat kepuasan pengguna E-Commerce Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 260 responden. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan uji korelasi Pearson dan *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa kemudahan dan keamanan dalam penggunaan aplikasi Shopee berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Mahasiswa merasa aplikasi Shopee mudah dipelajari, mudah digunakan, serta memiliki sistem keamanan yang mampu memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi dan melindungi data pribadi sehingga meningkatkan kepuasan dalam berbelanja secara online.

Article history
Received: Agustus 2026
Reviewed: Agustus 2026
Published: Agustus 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dan uji F yang menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,893, yang berarti bahwa 89,3% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan dan keamanan, sedangkan sisanya 10,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.
Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kemudahan penggunaan dan keamanan aplikasi Shopee berdampak langsung pada peningkatan tingkat kepuasan pengguna pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi.
Kata Kunci: **Kemudahan, Keamanan, Kepuasan Pengguna, *E-Commerce Shopee*.**

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi pada saat ini terus berlangsung dengan kecepatan yang luar biasa. Salah satu aspek yang paling mencolok adalah kemajuan dalam kecerdasan buatan (AI) dan *machine learning*. Sistem kecerdasan buatan semakin mampu memahami dan menafsirkan data yang kompleks, sehingga membuka peluang bagi penerapan yang lebih canggih di berbagai industri, termasuk perawatan kesehatan, keuangan, dan manufaktur. Segala jenis perangkat mulai dari peralatan rumah tangga hingga kendaraan dan infrastruktur perkotaan semakin terhubung dan mampu berkomunikasi satu sama lain. Hal ini membentuk ekosistem digital yang kompleks, yang memungkinkan pengumpulan dan pertukaran data secara real-time untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas peluang inovasi.

Dalam konteks era digital yang terus berkembang, jelaslah bahwa belanja online telah menjadi tren utama yang merasuki kehidupan sehari-hari. Penggunaan internet dalam pemasaran telah memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan efektivitas komunikasi antara bisnis dan konsumen. Selain itu, internet memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi mengenai produk dan layanan serta memfasilitasi proses transaksi yang lebih nyaman. Hal ini turut membuka peluang perluasan jangkauan pasar, memungkinkan layanan tersedia tanpa batasan waktu, serta membantu menekan biaya operasional. Dalam dunia bisnis, internet diterapkan melalui sistem Electronic Commerce (*e-commerce*) yang memfasilitasi transaksi jual beli secara *online*. *E-commerce* menggunakan internet dan teknologi web sebagai media untuk perdagangan digital, sehingga menyederhanakan interaksi bisnis baik antarperusahaan maupun antara perusahaan dan konsumen individu.

Seiring meningkatnya penggunaan teknologi digital, aplikasi belanja daring atau *marketplace* semakin banyak diunduh dan digunakan oleh masyarakat melalui App Store maupun Play Store. Beberapa platform *marketplace* yang populer di Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, dan aplikasi serupa lainnya. Seiring dengan pesatnya perkembangan era digital, kegiatan belanja secara daring telah menjadi tren utama di tengah masyarakat. Salah satu platform *e-commerce* yang saat ini banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat adalah Shopee. Shopee adalah platform perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang berasal dari Singapura. Shopee menyediakan berbagai jenis produk, mulai dari fashion, elektronik, hingga kebutuhan sehari-hari. Aplikasi Shopee menawarkan fitur-fitur lengkap, termasuk promosi, metode pembayaran yang aman melalui ShopeePay, serta layanan logistik yang terintegrasi untuk mendukung kenyamanan dalam berbelanja *online*. Di Indonesia, Shopee termasuk salah satu *marketplace* yang paling banyak digunakan dan digemari oleh berbagai kalangan, termasuk kalangan mahasiswa.

Shopee menyediakan berbagai kemudahan untuk penggunanya, mulai dari tampilan aplikasi yang menarik dan mudah dipahami, fitur pencarian produk yang lengkap, hingga banyak pilihan metode pembayaran. Selain itu, Shopee juga sering menawarkan promo seperti gratis ongkir dan diskon. Walaupun Shopee menawarkan banyak kemudahan, tidak semua pengguna merasa puas saat menggunakan aplikasi tersebut. Masih ada beberapa kendala yang sering dialami, seperti pengguna yang merasa bingung dalam menggunakan beberapa fitur, pencarian produk yang belum tentu selalu tepat atau cepat, serta tampilan aplikasi yang dianggap kurang praktis oleh sebagian pengguna. Selain itu, faktor keamanan juga menjadi perhatian, misalnya kekhawatiran akan keamanan data pribadi, risiko penipuan dalam transaksi, dan kejelasan sistem pembayaran yang masih diragukan oleh sebagian pengguna. Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi sering menggunakan Shopee untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik untuk keperluan kuliah maupun kebutuhan sehari-hari. Kepuasan mahasiswa dalam menggunakan Shopee sangat dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap kemudahan dan keamanan platform *E-Commerce* tersebut. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan *e-commerce*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kepuasan pengguna Shopee, khususnya pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi. Berdasarkan permasalahan yang ada, penulis mengambil judul penelitian yaitu **"Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna E-commerce Shopee pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi."**

2. Tinjauan Pustaka

Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah serangkaian tindakan dan proses yang dilakukan seseorang dalam mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa berdasarkan kebutuhan, keinginan, dan pertimbangan tertentu (Amirullah, 2022). Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, perilaku konsumen mengacu pada cara-cara yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam *e-commerce*, teori ini penting karena pengguna tidak berinteraksi secara langsung dengan penjual, dan seluruh proses berlangsung melalui sistem atau aplikasi seperti Shopee. Keputusan untuk membeli atau tidak bergantung pada bagaimana pengguna memandang dan mempercayai platform tersebut (Pinta Marito Siregar, 2025). Oleh karena itu, hal ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi, kemudahan bertransaksi, dan tingkat kepercayaan terhadap sistem, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kepuasan pengguna.

Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2021) dalam (Sasongko, 2021), kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi emosional yang terwujud dalam bentuk kegembiraan atau kekecewaan yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja aktual suatu produk atau *marketplace* dengan ekspektasinya. Menurut Tjiptono et al. (2020) dalam (Maulidiah et al., 2023), Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan berasal dari selisih antara harapan konsumen dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diterima selama interaksi tersebut. Jika hasilnya sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas, jika tidak memenuhi

harapan pelanggan dapat merasa kecewa. Jika dikaitkan dengan aplikasi Shopee, kepuasan pengguna dapat diukur dari pengalaman berbelanja secara keseluruhan, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan layanan, keamanan transaksi, dan kenyamanan dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia (Fakhirah Husain, 2025). Dalam penelitian ini, teori kepuasan pelanggan digunakan untuk menjelaskan variabel utama yang ingin diukur, yaitu kepuasan pengguna Shopee, yang dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna. Berdasarkan penjelasan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kondisi emosional senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan produk atau aplikasi *marketplace*, khususnya terkait kemudahan penggunaan aplikasi *marketplace* Shopee.

Teori Kemudahaan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat sejauh mana seseorang merasa bahwa suatu aplikasi atau teknologi dapat dipelajari, dipahami, dan digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah keyakinan seseorang bahwa suatu sistem atau teknologi mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan dapat digunakan tanpa banyak kesalahan (Anjas Krismiati, 2022). Kemudahan penggunaan dapat dilihat dari kemudahan mempelajari fitur, memahami navigasi, menjalankan fungsi aplikasi, serta menyelesaikan aktivitas yang dibutuhkan. Semakin tinggi persepsi terhadap kemudahan penggunaan, maka semakin besar kecenderungan seseorang untuk menggunakan sistem tersebut.

Teori Keamanan Transaksi

Keamanan transaksi adalah serangkaian langkah dan prosedur yang dirancang untuk melindungi informasi sensitif selama proses transaksi, baik yang berkaitan dengan transaksi keuangan maupun data pribadi. Tujuan utama keamanan transaksi adalah untuk mencegah penipuan, pencurian identitas, dan akses tidak sah terhadap data yang dapat merugikan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut (Felicia Padma Susilo, 2025). Keamanan transaksi mengacu pada kemampuan suatu sistem atau platform dalam melindungi proses transaksi, terutama dengan menjaga keamanan data pribadi dan informasi pembayaran serta mencegah penyalahgunaan atau akses yang tidak sah. Jika suatu sistem tidak mampu menumbuhkan rasa aman, pengguna akan ragu untuk melanjutkan transaksi; sebaliknya, jika pengguna merasa sistem tersebut aman, kepercayaan mereka terhadap aplikasi tersebut akan meningkat (Dedek Susanto, 2021). Dalam penelitian ini, keamanan digunakan sebagai salah satu variabel bebas yang memengaruhi kepuasan pengguna Shopee, karena semakin tinggi tingkat keamanan maka semakin besar tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi *e-commerce* tersebut.

Kepuasan Pengguna (Y)

Kepuasan pengguna merupakan salah satu indikator utama untuk menilai keberhasilan atau kegagalan suatu produk atau layanan. Kepuasan muncul ketika pengguna membandingkan ekspektasi mereka sebelum menggunakan produk tersebut dengan pengalaman mereka setelah menggunakannya. Jika hasilnya sesuai atau bahkan melebihi harapan, pengguna akan merasa puas (Indah, 2023). Sedangkan menurut (Putra J, 2023) kepuasan pengguna adalah kondisi di mana pengalaman yang diperoleh pengguna setelah menggunakan suatu produk atau layanan memenuhi, atau bahkan melampaui, ekspektasi mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan adalah perasaan yang dialami seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk

dengan harapannya. Dalam *e-commerce*, kepuasan pengguna dapat dinilai dari pengalaman berbelanja, kemudahan menggunakan aplikasi, rasa aman saat melakukan transaksi, serta layanan setelah pembelian. Kepuasan pengguna penting karena dapat memengaruhi keberlanjutan penggunaan aplikasi. Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh pengalaman berbelanja, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, kualitas pelayanan, serta kesesuaian produk yang diterima. Menurut Putra, J.; Indah, D. R.; dan Firdaus (2023), indikator kepuasan pengguna meliputi kesesuaian harapan, kepuasan terhadap kemudahan pengguna, kepuasan terhadap keamanan, kepuasan terhadap kualitas produk dan layanan, serta kepuasan terhadap harga dan promosi.

Kemudahan (X1)

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat sejauh mana seseorang merasa bahwa suatu sistem atau teknologi dapat dipelajari, dipahami, dan digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan menggunakannya (Putri Fadhilah Ahmad Zaiem, 2023). Sedangkan menurut (Adam Kurniawan, 2023), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) adalah keyakinan pengguna bahwa suatu sistem atau teknologi dapat dengan mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Dalam *e-commerce*, kemudahan penggunaan terlihat jelas dari antarmuka aplikasi yang intuitif, menu yang jelas, akses yang cepat, dan proses pembayaran yang sederhana. Kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kenyamanan dan tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti Shopee. Berdasarkan pendapat para ahli, indikator kemudahan penggunaan meliputi mudah dipelajari, mudah digunakan, dan minim kesalahan (Putri Fadhilah Ahmad Zaiem, 2023).

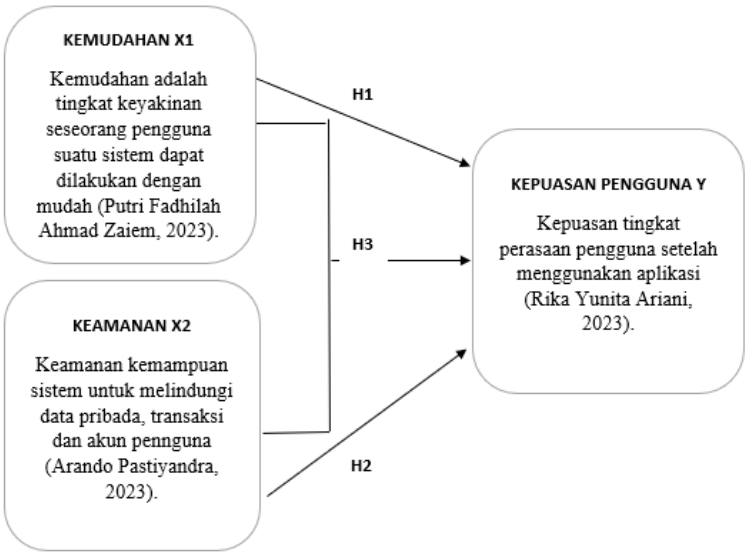
Keamanan (X2)

Keamanan merupakan hal yang sangat penting dalam *e-commerce* karena berhubungan dengan perlindungan data dan informasi pengguna. Saat melakukan transaksi daring, pengguna perlu memasukkan data pribadi dan informasi pembayaran, sehingga diperlukan sistem untuk menjaga keamanan data tersebut (Dedek Susanto, 2021). Menurut (Tia Deja Pohan, 2023), keamanan dalam platform *e-commerce* merupakan bentuk perlindungan terhadap data pribadi konsumen untuk mencegah akses tanpa izin, penyalahgunaan, atau kebocoran data. Langkah-langkah keamanan yang ketat memberikan rasa aman kepada konsumen dan membangun kepercayaan terhadap platform yang mereka gunakan. Menurut Felicia Padma Susilo (2025), keamanan mencakup perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, dan jaminan bahwa data tidak akan disalahgunakan. Dalam *e-commerce*, keamanan tidak hanya melindungi data dan proses pembayaran, tetapi juga memberikan rasa percaya pengguna terhadap sistem. Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa keamanan merupakan sistem dalam *e-commerce* untuk melindungi data pribadi, informasi, akun, dan transaksi pengguna dari penyalahgunaan, penipuan, maupun akses tanpa izin. Indikator keamanan meliputi keamanan data pribadi, keamanan transaksi, keamanan akun, dan jaminan perlindungan konsumen (Felicia Padma Susilo, 2025).

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

Kerangka Berpikir

Kerangka penelitian ini menjelaskan tentang adanya hubungan antara kepuasan dan keamanan terhadap tingkat kepuasan pengguna Gambaran kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Abdullah, 2022).

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H_{a1}: Diduga Kemudahan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi

H_{o1}: Diduga kemudahan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi

H_{a2} : Diduga keamanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi

H_{o2} : Diduga keamanan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi

H_{a3}: Diduga kemudahan dan keamanan dapat berpengaruh secara bersama terhadap tingkat kepuasan pengguna *e - commerce* shopee pada mahasiswa program studi manajemen universitas pancasakti Bekasi

H_{o3}: Diduga kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh secara bersama terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis melalui analisis data kuantitatif atau statistik, sedangkan penelitian asosiatif bertujuan mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih

(Sugiyono, 2022). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap tingkat kepuasan pengguna *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi. Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Panca Sakti Bekasi, Jl. Raya Hankam No.39, Kota Bekasi, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada banyaknya mahasiswa Program Studi Manajemen yang menggunakan aplikasi *e-commerce* Shopee. Penelitian dilaksanakan selama enam bulan, mulai Februari 2026 sampai Agustus 2026.

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan kemudian diambil kesimpulannya (Arbiansyah Putra, 2025). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi yang berjumlah 745 mahasiswa. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi tersebut (Arbiansyah Putra, 2025). Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu: (1) mahasiswa aktif Program Studi Manajemen, (2) pernah menggunakan Shopee minimal satu kali, dan (3) bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus: $n = N / (1 + N(e)^2)$. Dengan N = 745 dan tingkat kesalahan 5%, diperoleh 260 responden.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan analisis statistik untuk mengumpulkan data numerik dan menarik kesimpulan tertentu (Teti Maryani Rambe, 2021). Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang disebarkan menggunakan Google Form kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi (Teti Maryani Rambe, 2021). Data sekunder diperoleh dari dokumen, buku, jurnal, dan laporan yang berkaitan dengan penelitian (Teti Maryani Rambe, 2021). Metode pengumpulan data merupakan langkah utama dalam proses penelitian untuk mendapatkan data (Candra Susanto et al., 2024). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden untuk diisi (Sugiyono, 2020). Kuesioner disebarkan melalui Google Form kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi dan menggunakan skala Likert (1-5).

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Sub-Kategori	Frekuensi	Presentase	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	112	43%	260
	Perempuan	148	57%	
Angkatan	2022	118	45%	260
	2023	40	15%	
	2024	46	18%	
	2025	56	21%	
Usia	19	15	5%	260
	20	55	21%	
	21	38	15%	
	22	29	11%	
	23	59	23%	
	24	30	11%	

Kategori	Sub-Kategori	Frekuensi	Presentase	Total
	25	29	11%	
	26	5	1%	

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Uji Instrumen:

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Variabel Kemudahan (X1)

No.	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X1.1	0,789	0,138	Valid
2	X1.2	0,788	0,138	Valid
3	X1.3	0,656	0,138	Valid
4	X1.4	0,645	0,138	Valid
5	X1.5	0,832	0,138	Valid
6	X1.6	0,804	0,138	Valid

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Tabel 3. Hasil Uji Variabel Keamanan (X2)

No.	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X1.1	0,722	0,138	Valid
2	X1.2	0,739	0,138	Valid
3	X1.3	0,790	0,138	Valid
4	X1.4	0,707	0,138	Valid
5	X1.5	0,777	0,138	Valid
6	X1.6	0,812	0,138	Valid
7	X1.7	0,704	0,138	Valid

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Tabel 4. Hasil Uji Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

No.	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Y.1	0,794	0,138	Valid
2	Y.2	0,829	0,138	Valid
3	Y.3	0,726	0,138	Valid
4	Y.4	0,671	0,138	Valid
5	Y.5	0,742	0,138	Valid
6	Y.6	0,687	0,138	Valid
7	Y.7	0,754	0,138	Valid
8	Y.8	0,778	0,138	Valid
9	Y.9	0,806	0,138	Valid
10	Y.10	0,772	0,138	Valid

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Pada Tabel 2, Tabel 3, dan Tabel 4, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan variabel kemudahan (X1), keamanan (X2), dan kepuasan pengguna (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,138. Dengan demikian, seluruh 23 butir pernyataan dinyatakan valid karena memenuhi kriteria r hitung > r tabel, sehingga seluruh item pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	NILAI *CRONBACH ALPHA*		*STANDARD CRONBACH ALPHA*	KET
KEMUDAHAN (X1)	0,842	>	0,70	Reliabel
KEAMANAN (X2)	0,869	>	0,70	Reliabel
KEPUASAN (Y)	0,916	>	0, 70	Reliabel

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Kemudahan (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,842, Keamanan (X2) sebesar 0,869, dan Kepuasan (Y) sebesar 0,916. Ketiga variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel dan instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik serta layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		260
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42474512
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.048
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji normalitas, nilai signifikansi sebesar 0,051 lebih besar dari 0,05 (0,051 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi

normal, sehingga asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi dan data layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.347	.844		3.965	.000		
	Kemudahan	.699	.069	.446	10.184	.000	.216	4.622
	Keamanan	.739	.061	.527	12.032	.000	.216	4.622

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7, variabel kemudahan dan keamanan masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,216 dan VIF sebesar 4,622. Nilai Tolerance kedua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (0,216 > 0,10 dan 4,622 < 10). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga asumsi multikolinearitas telah terpenuhi dan data layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedasitas

Tabel 8. Uji Hetreskedasitas Glejser

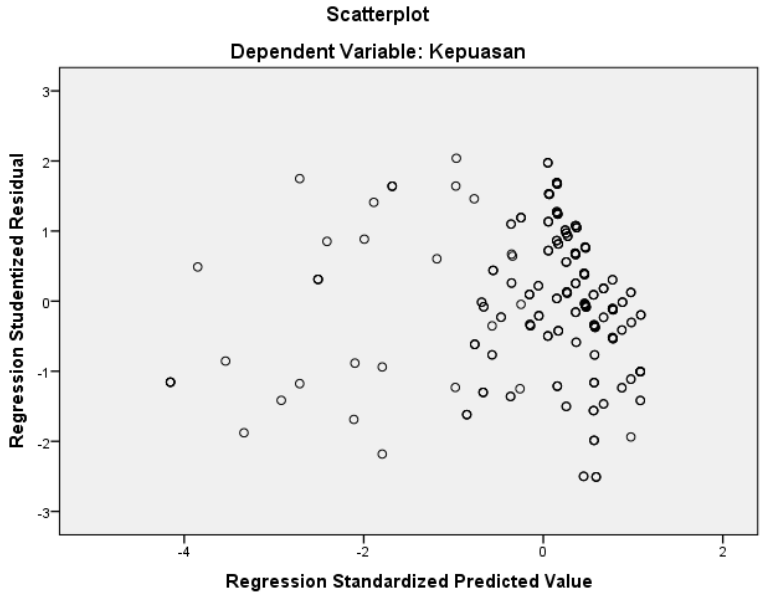
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.528	.503		7.007	.000
	Kemudahan	-.050	.041	-.161	-1.226	.221
	Keamanan	-.012	.037	-.045	-.339	.735

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Bedasarkan hasil pengujian pada Tabel 8, variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,221, sedangkan variabel keamanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,735. Nilai signifikansi kedua variabel lebih besar dari 0,05 (0,221 > 0,05 dan 0,735 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpukan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastistas, sehingga asumsi heteroskedastistas dalam model regresi telah terpenuhi dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.



Gambar 2. Uji Heteroskedasitas *Scatterplot*

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Hasil pengujian heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan asumsi heteroskedastisitas telah terpenuhi.

Uji Linearitas

Tabel 9. Uji Linearitas Kemudahan (X1) Terhadap Kepuasan (Y)

ANOVA

Kepuasan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)		311.583	15	20.772	4.096	.000
	Linear Term	Weighted	233.261	1	233.261	45.998	.000
		Deviation	78.322	14	5.594	1.103	.390
Within Groups			172.417	34	5.071		
Total			484.000	49			

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 9. hasil uji linearitas kemudahan (X1) terhadap kepuasan (Y), nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,390 lebih besar dari 0,05 (0,390 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kemudahan dengan kepuasan sehingga asumsi linearitas telah terpenuhi.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

Tabel 10. Uji Linearitas Keamanan (X2) Terhadap Kepuasan (Y)

ANOVA

Kepuasan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)		308.344	14	22.025	4.388	.000
	Linear Term	Weighted	201.709	1	201.709	40.191	.000
		Deviation	106.635	13	8.203	1.634	.122
Within Groups			175.656	35	5.019		
Total			484.000	49			

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 10. hasil uji linearitas keamanan (X2) terhadap (Y), nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,122 lebih besar dari 0,05 (0,122 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel keamanan dengan kepuasan, sehingga asumsi linearitas telah terpenuhi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.347	.844		3.965	.000		
	Kemudahan	.699	.069	.446	10.184	.000	.216	4.622
	Keamanan	.739	.061	.527	12.032	.000	.216	4.622

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Menurut tabel 11, dapat diformulasikan persamaan regresi linier berganda. Nilai konstanta sebesar 3,347 menunjukkan bahwa apabila variabel kemudahan dan keamanan bernilai nol, maka nilai kepuasan sebesar 3,347. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan sebesar 0,699 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kemudahan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,699 satuan, dengan asumsi variabel keamanan tetap atau konstan. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara kemudahan dan kepuasan. Nilai koefisien regresi variabel keamanan sebesar 0,739 menunjukkan bahwa setiap peningkatan keamanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,739 satuan, dengan asumsi variabel kemudahan tetap atau konstan. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah antara keamanan dan kepuasan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

Uji Hipotesis
Uji t (parsial)

Tabel 12. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.347	.844		3.965	.000		
	Kemudahan	.699	.069	.446	10.184	.000	.216	4.622
	Keamanan	.739	.061	.527	12.032	.000	.216	4.622

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

1. Bedasarkan hasil uji t, variabel kemudahan memperoleh nilai t hitung sebesar 10,184 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan jumlah semepel sebanyak 260 responden dan dua variabel independe, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,969. Karena nilai t hitung > t tabel (10,184 > 1,969) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
2. Bedasarkan hasil uji t, variabel keamanan memperoleh nilai t hitung sebesar 12,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung > t tabel (12,032 > 1,969) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Uji F (simultan)

Tabel 13. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12745.684	2	6372.842	1075.559	.000[b]
	Residual	1522.762	257	5.925		
	Total	14268.446	259			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Kemudahan

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Bedasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung lebih besar 1075,559 dengan nilai signifikansi 0,000. Adapun nilai F tabel diperoleh dengan derajat kebebasan pembilangan (df_1) sebesar 2 dan derajat kebebasan penyebut (df_2) sebesar 257, sehingga memperoleh nilai F tabel sebesar 3,03. Karena nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel (1075,559 > 3,03) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan dan keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

Koefisien Determinasi

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945[a]	.893	.892	2.43416

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data penelitian setelah diolah (2026)

Berdasarkan hasil pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,945 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kemudahan dan Keamanan dengan Kepuasan berada pada kategori sangat kuat. Nilai R Square (R^2) sebesar 0,893 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan dan Keamanan mampu menjelaskan variasi Kepuasan sebesar 89,3%, sedangkan sisanya sebesar 10,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,892 menunjukkan bahwa kemampuan variabel Kemudahan dan Keamanan dalam menjelaskan variasi Kepuasan sebesar 89,2%, sedangkan sisanya sebesar 10,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan Hasil Penelitian

Kemudahan (X1) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) *E – Commerce* Shopee Pada Maha Siswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shope pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti bekasi. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel kemudahan (X1) adalah sebesar 0,699. Hal ini berate bahwa setiap peningkatan atau satuan pada variabel kemudahan akan meningkat tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada maha siswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi sebesar 0,699 satuan, dengan asumsi variabel keamanan tetap atau kostan. Bedasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung 10,184 yang lebih besar dari pada t tabel sebesar 1,969. Serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada maha siswa program studi manajemen universitas pancasakti Bekasi. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

Keamanan (X2) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) *E – Commerce* Shopee pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pancasakti Bekasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tinggkat kepuasan pengguna *e – commerce* shope pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi. Pada hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel keamanan (X2) sebesar 0,739. Hal ini berate bahwa

setiap peningkatan satu satuan pada variabel keamanan akan meningkat tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee sebesar 0,739 satuan, dengan asumsi variabel kemudahan tetap atau konstan. Bedasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 12,032 yang lebih besar dari pada t tabel sebesar 1,969, serta nilai signifikasi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee pada maha siswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi. Dengan demikian H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima.

Kemudahan (X1) Dan Keamanan (X2) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna (Y) *E – Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *e- commerce* shope pada mahasiswa program studi manajemen universitas panca sakti Bekasi. Bedasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai F hitung sebesar 1075,599 yang lebih besar dari pada nilai F tabel sebesar 3,03, dengan nilai signifikasi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna *e – commerce* shopee. Dengan demikian H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima.

5.Kesimpulan

Kesimpulan:

1. Kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna (Y) *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 10,184 > t tabel 1,969 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Keamanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna (Y) *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 12,032 > t tabel 1,969 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima.
3. Kemudahan (X1) dan keamanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna (Y) *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Panca Sakti Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 1075,599 > F tabel 3,03 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima.

Saran:

1. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan memperluas populasi dan sampel dengan melibatkan mahasiswa dari perguruan tinggi lain maupun masyarakat umum agar hasil penelitian memiliki generalisasi yang lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pengguna, seperti kualitas layanan, harga, promosi, kepercayaan, kualitas produk,

dan kualitas sistem, serta menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam.

3. Bagi pihak Shopee, diharapkan terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi melalui penyederhanaan fitur, navigasi, dan proses transaksi, serta memperkuat keamanan sistem dan perlindungan data pribadi untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Abdullah. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

[2] Adam Kurniawan. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Dompet Digital. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAM)*, *1*(3), 71–84.

[3] Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, *20*(2), 169–175.

[4] Anjas Krismiati. (2022). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening*. *2*, 306–312.

[5] Arbiansyah Putra. (2025). *Pengaruh Kepercayaan Customer, Online Customer Review, dan Kemudahan Transaksi Customer terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal*. *2*, 306–312.

[6] Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *3*(1), 1–12.

[7] Dedek Susanto Muinah Fadhilah Ida Bagus Nyoman Udayana. (2021). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Yogyakarta)*. *18*, 89–97.

[8] Fakhirah Husain. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi pada Platform E-Commerce Shopee. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(3), 3530–3545.

[9] Felicia Padma Susilo. (2025). Analisis Pengaruh Desain Aplikasi, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma pada Platform Shopee. *Emabi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *4*(1).

[10] Pinta Marito Siregar. (2025). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee (Studi Mahasiswa IAIN Kerinci)*. *2*, 306–312.

[11] Putra, J., Indah, D. R., & Firdaus, M. A. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna pada E-Learning menggunakan Metode End User Computing Satisfaction. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, *12*(1), 45–52.

[12] Putri Fadhilah Ahmad Zaiem. (2023). *Pengaruh Kepuasan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee*.

[13] Sasongko. (2021). *[Lengkapi judul dan sumber sesuai referensi asli]*.

[14] Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*.

[15] Teti Maryani Rambe. (2021). *Pengaruh Persepsi Ease of Use, Usefulness, Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna Sistem Informasi Berbasis E-Commerce Aplikasi Shopee*.

[16] Tia Deja Pohan. (2023). Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen dalam Platform E-Commerce. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, *1*(3), 42–48.

[17] Tjiptono, F., et al. (2020). *[Lengkapi judul dan sumber sesuai referensi asli]*.

[18] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.