

Pengaruh Pelanggaran Privasi Data Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Menggunakan Theory Of Planned Behavior (TPB)

Farida Manin Pakpahan^{1*}, Tri Suratno², Dewi Lestari³

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Jambi

*humas@unja.ac.id

Perkembangan pesat e-commerce di Indonesia, seperti Tokopedia, membawa perubahan perilaku konsumen sekaligus tantangan terhadap privasi data. Insiden kebocoran data Tokopedia pada 2020, yang melibatkan 91 juta pengguna, menyoroti risiko pencurian identitas dan penipuan online. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak pelanggaran privasi data terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Kota Jambi. Dengan pendekatan kuantitatif berbasis Theory of Planned Behavior (TPB), penelitian ini menguji pengaruh persepsi keamanan data, persepsi risiko, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat beli dan keputusan pembelian. Sebanyak 240 responden berpartisipasi melalui kuesioner, dan data dianalisis menggunakan PLS-SEM melalui SmartPLS 4.0. Hasil menunjukkan bahwa persepsi keamanan data berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan. Namun, sikap terhadap perilaku dan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Selain itu, niat beli tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian aktual. Temuan ini menunjukkan bahwa pasca-pelanggaran privasi, konsumen lebih menekankan aspek keamanan data dibanding faktor sosial atau sikap pribadi. Implikasi praktisnya, e-commerce perlu memperkuat perlindungan data dan mengedepankan komunikasi transparan untuk memulihkan serta menjaga kepercayaan pengguna

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Pelanggaran Privasi Data, Persepsi Keamanan Data, Persepsi Risiko, Theory of Planned Behavior (TPB), Tokopedia.

Abstract

The rapid growth of e-commerce in Indonesia, led by platforms like Tokopedia, has transformed consumer behavior while also raising serious data privacy concerns. The 2020 Tokopedia data breach, involving 91 million user records leaked on the dark web, highlighted the vulnerability of personal data and risks such as identity theft and online fraud. This study investigates the impact of privacy breaches on Tokopedia users' purchasing decisions in Jambi City using a quantitative approach grounded in the Theory of Planned Behavior (TPB). The study examines the influence of perceived data security, risk perception, attitude, subjective norms, and perceived behavioral control on purchase intention and actual buying behavior. Data were collected from 240 respondents through a questionnaire and analyzed using PLS-SEM with SmartPLS 4.0. Findings reveal that perceived data security has a significant positive effect on purchase intention, while risk perception has a significant negative effect. However, attitude and subjective norms show no significant impact on purchase intention, and behavioral intention does not significantly affect actual purchasing behavior. These results suggest that after a privacy breach, consumers prioritize data security over social or personal factors. E-commerce platforms must enhance data protection and maintain transparent communication to rebuild and retain consumer trust.

Keywords : *Data Privacy Breach, Perception of Data Security, Perception of Risk, Purchase Decision, Theory of Planned Behavior (TPB), Tokopedia.*

1. Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, khususnya dalam

transaksi e-commerce yang semakin meningkat secara global maupun nasional^[1]. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku

konsumen, khususnya dalam transaksi *e-commerce* yang semakin meningkat secara global maupun nasional. Namun, peningkatan transaksi daring ini juga diiringi dengan isu pelanggaran privasi data yang menjadi perhatian serius di berbagai negara, termasuk Indonesia. Pelanggaran privasi data dapat menimbulkan kerugian besar bagi konsumen dan perusahaan, sehingga menjadi isu penting dalam keamanan siber dan perlindungan konsumen^[2]. Di Indonesia, kasus kebocoran data pengguna Tokopedia pada tahun 2020 menjadi sorotan publik dan menimbulkan kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi pengguna. Tokopedia adalah salah satu *marketplace* terbesar dan pemimpin pasar di Indonesia, didirikan pada tahun 2009. Dengan jangkauan luas dan beragam produk jasa, Tokopedia berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Pada Agustus 2024, situs Tokopedia.com meraih 78 juta kunjungan, menjadikannya salah satu platform *e-commerce* dengan basis pengguna yang signifikan di Indonesia. Keberhasilan dan dominasi pasar Tokopedia menjadikan insiden kebocoran data pada platform ini sangat relevan untuk diteliti, karena dampaknya berpotensi meluas dan memengaruhi jutaan pengguna serta kepercayaan terhadap ekosistem *e-commerce* nasional secara keseluruhan. Menanggapi isu tersebut, peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai kerangka untuk

memahami bagaimana persepsi pengguna terhadap pelanggaran privasi data Memengaruhi keputusan pembelian mereka di platform Tokopedia. TPB dinyatakan efektif dalam menjelaskan perilaku manusia berdasarkan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, sehingga teori ini relevan untuk mengkaji pengaruh pelanggaran privasi terhadap niat pembelian. Penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara persepsi risiko dan keputusan pembelian di *e-commerce*, namun belum secara spesifik mengkaji dampak pelanggaran privasi data menggunakan TPB pada pengguna Tokopedia^[3]. Hal ini menunjukkan adanya *gap* penelitian terkait fokus pada pelanggaran privasi data sebagai variabel utama dalam konteks platform Tokopedia. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan TPB untuk menguji pengaruh pelanggaran privasi data terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia, yang belum banyak diteliti secara mendalam. Dengan menggunakan teori TPB sebagai landasan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami perilaku konsumen di era digital yang semakin kompleks^[4]. Fokus penelitian ini adalah menganalisis pengaruh pelanggaran privasi data terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia dengan variabel mediasi sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan berdasarkan *Theory of Planned Behavior*^[5].

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Penelitian Terkait

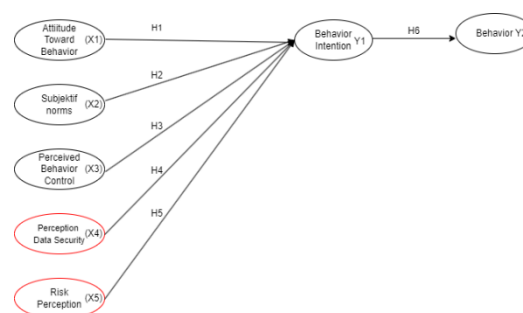
- Penelitian yang mengkaji pengaruh pelanggaran privasi data terhadap keputusan pembelian di e-commerce, penggunaan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam konteks perilaku konsumen, serta studi kasus pada platform Tokopedia atau marketplace serupa. Penelitian-penelitian ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi gap penelitian dan memperkuat landasan empiris penelitian yang dilakukan. Pengaruh Kekhawatiran Privasi terhadap Pembelian Aplikasi Ponsel Pintar Menggunakan Teory Planned Behavior TPB [6].
- Variabel: Masalah Privasi (Privacy Concerns), Sikap (Attitude towards), Norma Subjektif (Subjective Norm), Kontrol Perilaku yang Dirasakan (Perceived Behavioral Control), Niat Pembelian (Purchase Intention). Hasil Penelitian: Ditemukan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan, norma subjektif, dan sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli[7].
- Variabel: Cybercrime Perception (Persepsi kejahatan siber), Trust of sellers (Kepercayaan pada penjual), Trust of internet media (Kepercayaan pada media internet), Attitude towards behavior (Sikap terhadap perilaku), Subjective norm (Norma Subjektif), Perceived behavioral control (Kontrol perilaku yang dirasakan). Hasil Penelitian: Kepercayaan pada media internet, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan persepsi kejahatan siber merupakan prediktor signifikan dari niat pembelian menggunakan teknologi e-commerce. Persepsi kejahatan siber berpengaruh negatif terhadap sikap dan niat pembelian, sedangkan kepercayaan pada media internet berpengaruh positif terhadap sikap dan niat pembelian. Consumers' Change in Trust and Security after a Personal Data Breach in Online Shopping [8].
- Variabel: Persepsi Keamanan (Perceived Security), Kepercayaan (Trust), Perilaku Belanja Online (Online Shopping Behavior) Hasil Penelitian: Konsumen cenderung tidak terlalu memperhatikan faktor keamanan toko online sebelum terjadi kebocoran data. Insiden kebocoran data menyebabkan penurunan kepercayaan konsumen dan meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya keamanan data pribadi. The theory of planned behavior and Internet purchasing [9].
- Variabel: Keyakinan akan kepercayaan internet (Internet trustworthiness beliefs), Keyakinan tentang penggunaan informasi pribadi yang tidak sah (Unauthorized use beliefs), Struktur normatif (Normative

structure), Efikasi diri (Self-efficacy), Sikap terhadap pembelian internet (Attitudes toward internet purchasing), Norma subjektif (Subjective norms), Kontrol perilaku yang dirasakan (Perceived behavioral control), Perilaku pembelian internet (Internet purchasing behavior). Hasil Penelitian: Keyakinan akan kepercayaan internet berpengaruh positif terhadap sikap terhadap pembelian internet. Sikap terhadap pembelian internet berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian internet. Efikasi diri berpengaruh positif terhadap kontrol perilaku yang dirasakan, dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian internet. Namun, keyakinan tentang penggunaan informasi pribadi yang tidak sah dan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap dan perilaku pembelian internet. The Application of Theory of Planned Behavior and Perceived Value on Online Purchase Behavior^[10]. Variabel: Intention to purchase (Niat untuk Membeli), Perceived behavioral control (Kontrol perilaku yang dirasakan), Perceived value (Nilai yang dirasakan), Purchase behavior (Perilaku Pembelian), Subjective norm (Norma Subjektif). Hasil Penelitian: Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Niat beli juga berpengaruh positif

dan signifikan terhadap perilaku pembelian. Namun, norma subjektif dan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Persepsi nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli

2.2. Landasan Teori

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan penyempurnaan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang memprediksi perilaku seseorang berdasarkan niat dan rencana mereka. TPB menambahkan elemen baru yang disebut "Kontrol Perilaku yang Dirasakan". Elemen ini menunjukkan bahwa selain niat, perilaku juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti pengalaman dan kemampuan individu, misalnya dalam menggunakan teknologi. Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku seseorang terbentuk dari niat dan seberapa besar kontrol yang dirasakan individu terhadap perilaku tersebut^[11].



Gambar 1. Model Penelitian

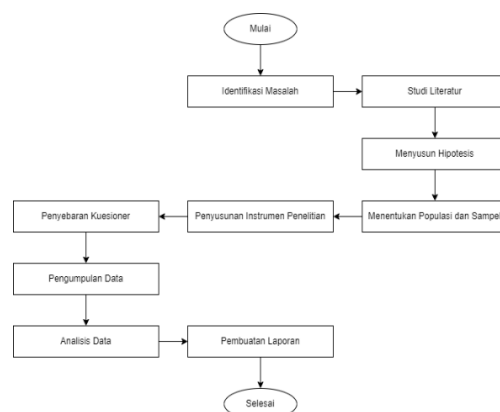
Berikut adalah penjelasan dari tiap variabel yang diukur dengan model Theory Of Planned Behavior (TPB).

a. Attitude Towards Behavior (Sikap Terhadap Perilaku). Menurut Ramdhani, 2016, Sikap Terhadap Perilaku adalah penilaian subjektif individu terhadap suatu perilaku berdasarkan pemahaman mengenai dirinya dan lingkungannya. Individu mengevaluasi apakah perilaku tersebut akan membawa manfaat atau kerugian. Jika individu merasa bahwa melakukan perilaku tersebut akan mendatangkan keuntungan, maka sikapnya akan semakin positif terhadap perilaku itu^{[12][13][14]}.

b. Subjective Norms (Norma Subjektif). Menurut (Ramdhani, 2016), Norma Subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu. Norma Subjektif menggambarkan seberapa besar seseorang merasa tekanan sosial dari orang lain (teman, keluarga atau rekan) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku^[15].

2.3. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan meliputi beberapa langkah sistematis, yaitu:



Gambar 2. Tahapan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah tahap awal penelitian yang merupakan sebuah pernyataan yang ingin dijawab oleh peneliti atau permasalahan yang ingin diselesaikan. Insiden kebocoran data yang menimpa Tokopedia pada tahun 2020 menimbulkan kekhawatiran tentang keamanan data pribadi dan berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji dampak pelanggaran privasi data ini terhadap perilaku konsumen Tokopedia di Kota Jambi menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

2. Studi literatur

Studi literatur yang dilakukan pada penelitian ini mempelajari dan memahami literatur yang telah diperoleh. Baik melalui website, buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian.

3. Menyusun Hipotesis

Pada tahapan selanjutnya yaitu tahap perumusan hipotesis. Dalam penelitian ini, hipotesis penelitian yang digunakan yaitu dirumuskan berdasarkan teori atau logika dari penelitian-penelitian sebelumnya dari model *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau diperoleh dari studi literatur. Di mana Hipotesis merupakan jawaban sementara dari suatu masalah yang masih bersifat praduga karena harus dibuktikan kebenarannya.

4. Menentukan Populasi dan Sampel

Penentuan populasi dan sampel merupakan salah satu bagian terpenting dari analisis ini untuk mendapatkan responden diperlukan teknik tertentu. Dalam analisis pelanggaran privasi data Tokopedia terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan mode *Theory of Planned Behavior* (TPB), peneliti menggunakan metode non-probability sampling yaitu dengan menggunakan teknik purposive sampling untuk mendapatkan data yang representative.

5. Penyusunan Instrumen Penelitian

Setelah menentukan jumlah sampel penelitian, peneliti melakukan penyusunan instrumen penelitian berdasarkan indikator-indikator variabel penelitian kemudian menyebarkan kuesioner kepada responden.

6. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner yang telah dibuat sebelumnya kemudian dibagikan secara offline (langsung) dan secara online (tidak langsung) melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Telegram kepada responden yang menggunakan aplikasi Tokopedia.

7. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan media google form, dan jenis data yang digunakan adalah data primer yang berupa merancang survei dan mengumpulkan jawaban langsung dari responden serta data sekunder yang berupa data literatur, sesuai dengan karakteristik penelitian.

8. Analisis Data

Setelah data kuesioner disebar, maka data yang telah terkumpul akan diolah sesuai dengan rancangan serta tujuan. Dalam penelitian untuk analisis pelanggaran privasi data Tokopedia terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan model *Theory of Planned Behavior* (TPB), dilakukan analisis data menggunakan analisis statistik SmartPLS 4.

9. Pembuatan Laporan

Pembuatan laporan merupakan tahapan terakhir dalam penelitian. Laporan ditulis berdasarkan hasil akhir analisis data yang telah didapatkan sesuai dengan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti dalam

mengetahui analisis pelanggaran privasi data Tokopedia terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan model *Theory of Planned Behavior* (TPB), Laporan disajikan dalam bentuk uraian deskriptif yang dapat dimengerti oleh pembaca secara umum.

3. Metode Penelitian

3.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif. Dengan pendekatan survei untuk menganalisis dampak pelanggaran privasi data terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Kota Jambi. Desain ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data secara sistematis dan analisis hubungan antar variabel menggunakan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dimodifikasi

3.2. Instrumen Penelitian

Berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel TPB, serta variabel tambahan seperti Persepsi Keamanan Data dan Persepsi Risiko. Kuesioner ini disebarluaskan secara online melalui Google Form dan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Telegram kepada responden

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Meliputi observasi, wawancara, pra-survey, dan penyebaran kuesioner. Observasi dan wawancara dilakukan untuk memperoleh

gambaran awal, sedangkan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data primer secara kuantitatif.

Penelitian ini dilakukan di Kota Jambi, objek dari penelitian ini yang diutamakan yaitu bagi pengguna tokopedia. Proses yang dilakukan dengan memperhatikan dampak pelanggaran privasi data Tokopedia terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan mode *Theory of Planned Behavior* (TPB). Waktu penelitian February s.d Selesai.

3.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui software *SmartPLS*. Analisis dilakukan dengan pengujian outer model dan inner model untuk menguji validitas, reliabilitas, dan hubungan antar variabel, serta pengujian hipotesis

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, metode pengukuran dilakukan dengan menggunakan teknik *Partial Least Square* (PLS) yang mengadopsi pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui software *SmartPLS* Tahapan metode pengukuran meliputi:

1. Analisis Pengukuran Model (Outer Model)

Tahap ini bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator terhadap konstruk (variabel

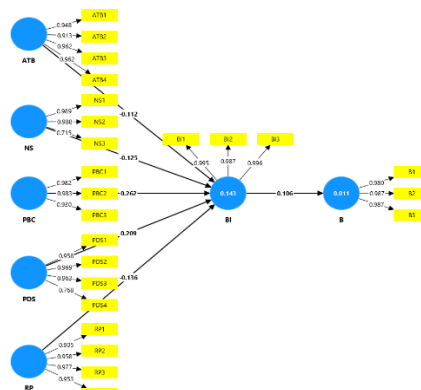
laten) yang diukur. Validitas memastikan bahwa indikator benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud, sedangkan reliabilitas menguji konsistensi pengukuran. Uji model pengukuran (Outer Model) menggunakan SmartPLS, yang berfungsi untuk menentukan apakah indikator-indikator tersebut valid dalam mengukur konstruk tertentu. Validitas indikator dapat dilihat melalui validitas konvergen, yang diukur dengan nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE). Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi convergent validity dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika nilai outer loading > 0,70, sedangkan nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0,50 (Sihombing et al., 2023).

Tabel 1. Analisis Pengukuran Model (Outer Model)

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
Sikap Terhadap Perilaku (Attitude Towards Behavior)	ATB1	0.948	0.896	Valid
	ATB2	0.913		Valid
	ATB3	0.962		Valid
	ATB4	0.962		Valid
Norma Subjektif (Subjective Norms)	NS1	0.989	0.822	Valid
	NS2	0.988		Valid
	NS3	0.715		Valid
Kontrol Perilaku yang Dirasakan (Perceived Behavior Control)	PBC1	0.982	0.932	Valid
	PBC2	0.983		Valid
	PBC3	0.930		Valid
Perception Data Security (Persepsi keamanan data)	PDS1	0.958	0.844	Valid
	PDS2	0.969		Valid
	PDS3	0.963		Valid
	PDS4	0.768		Valid
Persepsi Risiko (Risk Perception)	RP1	0.905	0.900	Valid
	RP2	0.958		Valid
	RP3	0.977		Valid
	RP4	0.953		Valid
Niat Perilaku (Behavior Intention)	BI1	0.995	0.986	Valid
	BI2	0.987		Valid
	BI3	0.996		Valid
Perilaku/Keputusan (Behavior)	B1	0.980	0.970	Valid
	B2	0.987		Valid

B3	0.987	Valid
----	-------	-------

Dari tabel 1, dapat dilihat bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat validitas konvergen yang baik. Hal ini didukung oleh semua indikator memiliki tingkat validitas konvergen yang baik. Hal ini didukung oleh semua indikator memiliki nilai loading factor di atas 0.7 yang menyatakan bahwa setiap indikator valid mengukur setiap variabelnya. Pengukuran lain dari validitas konvergen yaitu dapat juga dilakukan dengan melihat hasil Average Variance Extracted (AVE). nilai ini menggambarkan besaran varian atau keragaman variabel dapat dikandung oleh konstruk laten. Besarnya variasi ATB1 yaitu dikandung oleh variabel Attitude Towards Behavior (ATB) yaitu 89.6% karena nilai loading factor Attitude Towards Behavior (ATB) 0.896 > 0,50 maka terpenuhi syarat Convergent Validity yang baik. Begitu pula sebaliknya, untuk nilai AVE diatas 0,50 menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam konstruk tersebut memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi konstruk tersebut.



Gambar 2. Hasil Uji Outer Model Penelitian pada SmartPLS

2. Analisis Struktur Model (Inner Model)

Setelah outer model dinyatakan valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah menguji hubungan antar konstruk dalam model penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. R-Square digunakan untuk mengukur nilai variabel *independen* (variabel bebas) secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel *dependen* (variabel terikat) dimana semakin tinggi nilai R-Square maka semakin baik prediksi dari model penelitian. Jika nilai R-Square >0,75 termasuk kategori kuat; untuk nilai R-Square >0,50 termasuk kategori sedang (moderate) dan nilai R-Square >0,25 termasuk kategori lemah.

Tabel 2. Analisis Struktur Model (Inner Model) R-Square

Variabel	R-Square	Kategori
Niat Perilaku (Behavior Intention)	0.143	Lemah
Perilaku/Keputusan (Behavior)	0.011	Lemah

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat hasil uji R-Square dari Behavior Intention (BI) memiliki nilai 0.143 maka dapat diartikan bahwa variabel Behavior Intention (BI) dapat dijelaskan oleh variabel variabel Sikap Terhadap Perilaku (Attitude Towards Behavior), Norma Subjektif (Subjective Norms), Kontrol Perilaku yang

Dirasakan (Perceived Behavioral Control), Persepsi Keamanan Data (Perception Data Security), dan Persepsi Risiko (Risk Perception) sebesar 14,3%. Dapat disimpulkan bahwa model struktural variabel Niat Perilaku (Behavior Intention) masuk kategori “lemah” dan sisanya 85,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model. Sedangkan variabel Perilaku/Keputusan (Behavior) dapat dijelaskan oleh variabel Niat Perilaku (Behavior Intention) sebesar 1,1%. Dapat disimpulkan bahwa model struktural variabel Perilaku/Keputusan (Behavior) masuk kategori “lemah” dan sisanya 98,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model.

Tabel 3. Analisis Struktur Model (Inner Model) F-Square

	ATB	B	BI	NS	PBC	PDS	RP
ATB			0.015				
B							
BI		0.011					
NS			0.018				
PBC			0.078				
PDS			0.050				
RP			0.021				

F-Square digunakan untuk menganalisis tingkat pengaruh prediksi variabel apakah lemah, sedang, atau kuat pada tingkat struktural. Kriteria nilai F-Square yaitu bahwa nilai sebesar 0,02 mengindikasikan prediktor variabel memiliki pengaruh yang kecil, nilai sebesar 0,15 mengindikasikan pengaruh menengah (sedang)

dan 0,35 mengindikasikan pengaruh yang besar (Sihombing et al., 2023).

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 3, analisis F-Square mengindikasikan variasi dalam kekuatan pengaruh prediktif antar variabel dalam model penelitian ini. Secara khusus, pengaruh Sikap Terhadap Perilaku (ATB) terhadap Niat Perilaku (BI) tercatat sebesar 0.015, mengindikasikan pengaruh yang kecil. Demikian pula, pengaruh Norma Subjektif (NS) dan Persepsi Risiko (RP) terhadap Niat Perilaku (BI) juga tergolong kecil, dengan nilai F-Square masing-masing 0.018 dan 0.021. pengaruh Niat Perilaku (BI) terhadap perilaku/Keputusan (B) juga menunjukkan pengaruh yang kecil 0.011. Di sisi lain, variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan (PBC) dan Persepsi Keamanan Data (PDS) menunjukkan pengaruh yang lebih moderat terhadap Niat Perilaku (BI), dengan nilai F-Square masing-masing 0.078 dan 0.050. Temuan ini mengarahkan pada pemahaman bahwa faktor-faktor seperti keyakinan pengguna terhadap kemampuan mereka dalam mengelola risiko privasi dan persepsi mereka terhadap keamanan platform Tokopedia memiliki peran yang lebih penting dalam membentuk niat beli pasca pelanggaran data, dibandingkan dengan pengaruh sikap umum, norma sosial, atau persepsi risiko secara langsung.

3. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis inner model, hipotesis diuji untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel menggunakan nilai path coefficient dan nilai t-statistik

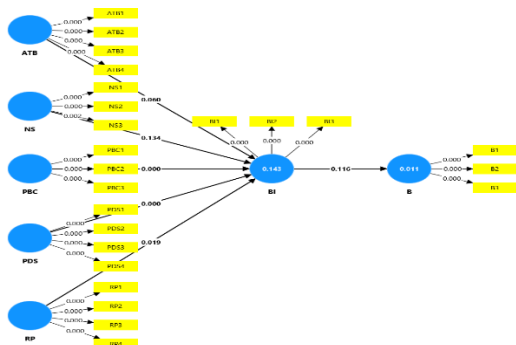
Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Path Coefficients

Hipotesis	T-Statistic	P-Value	Keterangan
H1: ATB -> BI	1.885	0.060	Ditolak
H2: SN -> BI	1.499	0.134	Ditolak
H3: PBC -> BI	4.261	0.000	Diterima
H4: PDS -> BI	3.647	0.000	Diterima

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel dengan menggunakan teknik *bootstrapping*. Teknik ini melibatkan 5000 pengulangan awal, yang dilakukan untuk memastikan hasil yang stabil, meskipun prosesnya memerlukan waktu yang cukup lama. Dalam pengujian hipotesis, nilai koefisien jalur (*path coefficients*) atau inner model menunjukkan tingkat signifikansi (Juningsih et al., 2020). Kesimpulan terhadap hipotesis diambil dengan membandingkan tingkat kesalahan pada penelitian ini dengan nilai *p-value*. Tingkat kesalahan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 5%, atau dengan kata lain, α sama dengan 0,05. Hipotesis dianggap diterima jika nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat kesalahan ($p\text{-value} < 0,05$). Selain *p-value*, pengujian hipotesis juga dapat menghitung nilai T-Statistik. Hubungan positif antara variabel independen dan variabel dependen dapat disimpulkan jika nilai T-Statistik lebih besar dari 1,96 (T-Statistik $> 1,96$) (Fatihanisya & Purnamasari, 2021), Berikut

adalah outer model dan hasil path *coefficients* dari *bootstrapping* menggunakan SmartPLS 4.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa variabel sikap, persepsi risiko, dan kontrol perilaku berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Tokopedia, terutama dalam konteks pelanggaran privasi data. Temuan ini sejalan dengan teori TPB dan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kekhawatiran privasi dapat memengaruhi niat dan perilaku konsumen. Secara keseluruhan, bagian hasil dan pembahasan ini memberikan gambaran lengkap mengenai proses pengumpulan data, validasi instrumen, analisis statistik, serta interpretasi hasil yang mendukung tujuan penelian.



Gambar 3. Hasil Uji Hipotesis SmartPLS

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa dari enam hipotesis yang diajukan, tiga di antaranya diterima dan tiga ditolak. Sikap Terhadap Perilaku dan Norma Subjektif

konsumen terhadap Tokopedia tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli mereka setelah insiden pelanggaran data, menunjukkan bahwa pandangan positif atau tekanan sosial tidak secara langsung menjadi penentu utama niat berbelanja dalam konteks keamanan data. Namun, Kontrol Perilaku yang Dirasakan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli; semakin rendah persepsi konsumen terhadap kemampuan mereka melindungi diri dari risiko privasi data, justru semakin tinggi niat beli mereka di Tokopedia. Persepsi konsumen terhadap keamanan data Tokopedia pasca insiden peretasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, menandakan bahwa upaya platform dalam meningkatkan dan mengkomunikasikan langkah-langkah keamanan berhasil memengaruhi kepercayaan konsumen. Sebaliknya, Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap niat beli, yang berarti semakin tinggi kekhawatiran konsumen akan potensi kerugian terkait data pribadi, semakin rendah pula niat mereka untuk berbelanja.

6. Daftar Pustaka

- [1] Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Pengaruh Terhadap Kinerja UMKM. *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 1–15.
- [2] Hartanto, M. P., Stephanie, & Alamsyah, D. P. (2021). The digital economy growth in Indonesia through E-Commerce.

- Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1610–1615. <https://doi.org/10.46254/sa02.20210621>.
- [3] Dewi, S. (2016). Konsep Perlindungan Hukum Atas Privasi Dan Data Pribadi Dikaitkan Dengan Penggunaan Cloud Computing Di Indonesia. *Yustisia Jurnal Hukum*, 5(1), 22–30. <https://doi.org/10.20961/yustisia.v5i1.8712>
- [4] Veronica, V., & Rodhiah, R. (2021). Pengaruh Privacy, Social Influence Terhadap Online Purchase Intention: Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 235. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.9657>
- [5] Bellucci, G. (2022). A Model of Trust. *Games*, 13(3), 709–734. <https://doi.org/10.3390/g13030039>
- [6] Belkhamza, Z., Niasin, M. A. F., & Idris, S. (2019). The Effect of Privacy Concerns on the Purchasing Behavior Among Malaysian Smartphone Users. *Cyber Law, Privacy, and Security*, 1230–1246. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8897-9.ch060>
- [7] Apau, R., & Koranteng, F. N. (2019). Impact of cybercrime and trust on the use of e-commerce technologies: An application of the theory of planned behavior. *International Journal of Cyber Criminology*, 13(2), 228–254. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3697886>
- [8] Strzelecki, A., & Rizun, M. (2022). Consumers' Change in Trust and Security after a Personal Data Breach in Online Shopping. *Sustainability (Switzerland)*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/su14105866>
- [9] George, J. F. (2004). The theory of planned behavior and Internet purchasing. *Internet Research*, 14(3), 198–212. <https://doi.org/10.1108/10662240410542634>
- [10] Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. (2023). the Application of Theory of Planned Behavior and Perceived Value on Online Purchase Behavior. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 123–134. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2074>
- [11] Fatihanisya, A. N. S., & Purnamasari, S. D. (2021). Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT 2) Terhadap Perilaku Pelanggan E-Commerce Shopee Indonesia Di Kota Palembang. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 392–417. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.143>
- [12] Juningsih, E. H., Aziz, F., Ismunandar, D., Sarasati, F., Irmawati, I., & Yanto, Y. (2020). Penggunaan Model UTAUT2 Untuk Memahami Persepsi Pengguna Aplikasi G-Meet. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 6(2), 289–295. <https://doi.org/10.31294/ijse.v6i2.1007>
- [13] Sihombing, M., Donard Games, & Dessy Kurnia Sari. (2023). Analisis Service Quality Dan Customer Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Melalui Customer Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Journal Publicuho*, 6(4), 1301–1310. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.270>
- [14] A. Sudianto, B. A. C. Permana, Muhammad Wasil, and Harianto, “Penerapan Sistem Payment Gateway Pada E-Commerce Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan”, *INFOTEK*, vol. 8, no. 1, pp. 271–279, Jan. 2025. doi: 10.29408/jit.v8i1.28323.
- [15] A. Sudianto, H. Sunaryo, S. Suhartini, H. Ahmadi, H. Harianto, and L. Samsu, “Design And Build Of Web-Based Sasak Encyclopedia As An Effort In Preserving Sasak Language,” Aug. 2022. Accessed: Jul. 18, 2023. [Online]. Available: <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/2631>