

Desi Dwi Yanti, 12321033, **Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Pengalaman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online**, Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli 2017.

Abstraksi

Aktivitas bisnis melalui media internet populer disebut dengan *electronic commerce (ecommerce)*. Efektivitas dan efisiensi dari bertransaksi secara online inilah yang membuat pelanggan kini beralih dan memutuskan untuk bertransaksi secara online. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara privasi, keamanan, kepercayaan, pengalaman dan kualitas pelayanan terhadap niat untuk bertransaksi secara online

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasinya meliputi semua mahasiswa atau mahasiswi Universitas Muhammadiyah Gresik. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Sumber data menggunakan data primer, dan jenis datanya adalah data subjek. Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode *survey* (kuesioner).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable privasi berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online, variable keamanan berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online, variable kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online, variable pengalaman tidak berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online, serta variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara online.

Kata Kunci : Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Pengalaman, Dan Kualitas Pelayanan, Niat Bertransaksi Secara Online

DesiDwiYanti, 12321033, ***Influence of Privacy, Security, Trust, Experience and Quality of Service Against Intention To Transact Online***, Accounting, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, July 2017.

Abstract

Business activity through popular internet media is called electronic commerce (ecommerce). Effectiveness and efficiency of online transactions is what makes customers now switch and decide to transact online. . This study aims to examine the influence of privacy, security, trust, experience and quality of service to the intention to transact online

This research approach using quantitative research approach. Its population includes all students or students of Muhammadiyah University Gresik. The sample in this study amounted to 110 respondents by using accidental sampling method. The data source uses the primary data, and the data type is the subject data. Technique of taking data is done by survey method (questionnaire).

The results of this study indicate that the variables affect the intent to transact online, security variables affect the intention to transact online, trust variables do not affect the intention to transact online, experience variables do not affect the intention to transact online, and variable quality Service does not affect the intention to transact online

Keywords: Privacy, Security, Trust, Experience, And Service Quality, Intentions of Online Transaction