JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i3
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 03 Februari 2025 | **Revised:** 12 Februari 2025 | **Accepted:** 21 Februari 2025

Sistem Keamanan, Sistem Informasi, dan Kualitas Layanan sebagai Penentu Minat Beli Konsumen: Bukti dari Zalora di Kalangan Mahasiswa FE UMPO Angkatan 2023-2024

Salma Irfania Rahmadhani[1], Titis Purwaningrum[2], Riawan Riawan[3]
[1]Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia, salmairfania0@gmail.com
[2]Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia, ning.titisumpo@gmail.com
[3]Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia, riawan13awan@gmail.com

Corresponding Author: salmairfania0@gmail.com[1]

Abstract: *This study aims to analyze the influence of Security Systems, Information Systems, and Service Quality on the purchase intention of consumers using Zalora at the Faculty of Economics, Muhammadiyah University of Ponorogo, class of 2023-2024, odd semester. This research uses a quantitative approach with a survey method, where data was obtained through questionnaires distributed to 100 respondents. The respondents are students who have had experience shopping on the Zalora platform. Data analysis was conducted using Smart PLS (Partial Least Squares), which allows for the evaluation of relationships between latent variables and the testing of structural models. The results of the study indicate that Security Systems, Information Systems, and Service Quality significantly influence purchase intention. The Security System has the most dominant positive effect, followed by Service Quality and Information Systems.*

Keyword: Security Systems, Information Systems, Service Quality, Purchase Intention, Zalora

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sistem Keamanan, Sistem Informasi, dan Service Quality terhadap Minat Beli konsumen Zalora di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo angkatan 2023-2024 semester ganjil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data diperoleh melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 100 responden. Responden adalah mahasiswa yang telah memiliki pengalaman berbelanja di platform Zalora. Teknik analisis data dilakukan menggunakan Smart PLS (Partial Least Squares), yang memungkinkan evaluasi hubungan antara variabel laten dan pengujian model struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Keamanan, Sistem Informasi, dan Service Quality secara signifikan berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen. Sistem Keamanan memiliki pengaruh positif paling dominan, diikuti oleh Service Quality dan Sistem Informasi.

Kata Kunci: Sistem Keamanan, Sistem Informasi, Service Quality, Minat Beli, Zalora

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat, platform e-commerce seperti Zalora telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat (Kong, 2024). Zalora menyediakan

berbagai produk fashion, namun dengan banyaknya pilihan platform belanja, konsumen semakin kritis dalam memilih (Wang, 2023). Faktor-faktor seperti sistem keamanan, sistem informasi, dan kualitas layanan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap platform tersebut.

Peningkatan transaksi digital sejalan dengan meningkatnya kekhawatiran konsumen terhadap masalah keamanan. Sistem keamanan yang kuat, termasuk perlindungan data pribadi dan transaksi pembayaran, sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Keamanan transaksi di Zalora menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena tanpa jaminan keamanan, konsumen mungkin enggan bertransaksi, terutama dalam pembelian produk fashion dengan nilai transaksi yang cukup besar (Zed, 2023).

Sistem keamanan dalam e-commerce, seperti di Zalora, sangat penting untuk melindungi data pribadi dan transaksi keuangan konsumen. Keamanan transaksi melibatkan teknologi seperti enkripsi data, sistem verifikasi, dan sertifikat SSL untuk melindungi informasi pribadi pengguna dari ancaman pencurian atau penyalahgunaan (Akter et al, 2024). Selain itu, sistem keamanan juga berperan dalam mendeteksi dan mencegah aktivitas mencurigakan, seperti penipuan atau serangan siber. Teknologi canggih seperti two-factor authentication (2FA) dan pemantauan aktivitas secara real-time meningkatkan rasa aman konsumen dan berperan dalam membangun reputasi positif. Keamanan yang kuat meningkatkan kenyamanan bertransaksi dan membantu Zalora menjaga kepercayaan serta loyalitas konsumen.

Sistem informasi dalam e-commerce, seperti di Zalora, berperan penting dalam memberikan pengalaman belanja yang baik dengan menyediakan informasi yang akurat dan mudah diakses, seperti deskripsi produk, harga, ketersediaan stok, dan kebijakan pengembalian (Pratama & Rusliyawati, 2023). Sistem yang terintegrasi dan up-to-date memungkinkan konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih percaya diri. Selain itu, sistem informasi yang efektif mempermudah navigasi, interaksi pengguna, dan memberikan rekomendasi produk terkait. Fitur seperti antarmuka intuitif, pencarian cepat, serta layanan pelanggan responsif, seperti live chat, meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap platform.

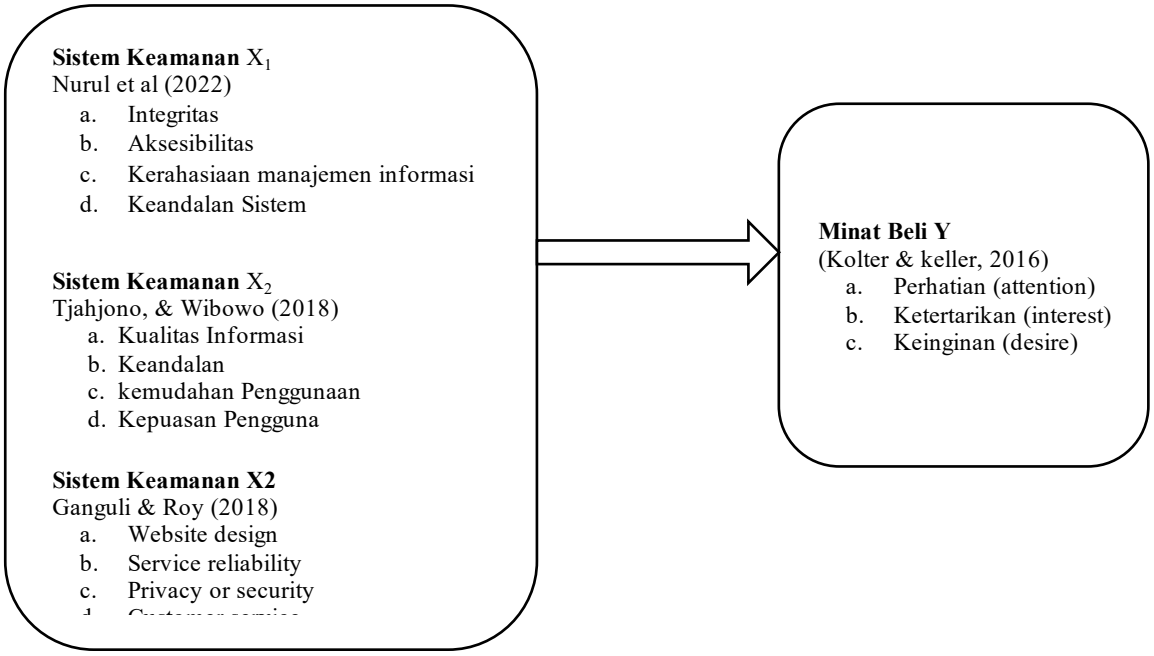
Service quality merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen dalam e-commerce, termasuk di Zalora (Sudirjo, 2023). Kualitas layanan mencakup kecepatan pengiriman, responsivitas layanan pelanggan, kemudahan pengembalian barang, dan keandalan informasi. Zalora harus memastikan pengiriman tepat waktu, proses pengembalian yang mudah, serta pengelolaan keluhan konsumen yang cepat dan solutif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (Tien & Huong, 2023). Kualitas layanan yang baik mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan platform, sehingga menjadi kunci daya saing Zalora di pasar e-commerce.

Minat beli konsumen adalah keinginan untuk membeli produk atau layanan, yang dalam e-commerce seperti Zalora dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, promosi, serta pengalaman berbelanja (Setiawan, 2024). Kepuasan terhadap informasi, keamanan transaksi, dan layanan yang diberikan meningkatkan minat beli. Selain itu, pengalaman positif dalam berbelanja online dapat menciptakan loyalitas dan mendorong konsumen untuk kembali berbelanja.

Keamanan transaksi online menjadi isu penting bagi konsumen, termasuk mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, mengingat peningkatan kasus kebocoran data dan penipuan. Banyak platform e-commerce, seperti Zalora, berusaha memperkuat sistem keamanannya untuk melindungi privasi pelanggan. Meskipun demikian, beberapa konsumen masih merasa khawatir akan risiko yang ada. Kebocoran data dapat menyebabkan penyalahgunaan informasi pribadi, yang mengakibatkan kerugian finansial dan hilangnya kepercayaan terhadap platform. Selain keamanan, e-commerce juga menawarkan

keunggulan dalam kemudahan akses informasi produk dan kualitas layanan yang baik, seperti kemudahan pengembalian barang dan layanan pelanggan yang responsif, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan keamanan yang optimal dan layanan yang berkualitas, Zalora mampu menarik minat beli, terutama di kalangan mahasiswa yang mengutamakan kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja.

Kerangka Berpikir



Hipotesis :

H_1: Sistem Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli
H_2: Sistem Informasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli
H_3: Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen

METODE

Penelitian ini memilih pendekatan kuantitatif karena mematuhi prinsip-prinsip metodologi ilmiah yang mencakup pengumpulan data empiris yang konkret, pendekatan yang obyektif, pengukuran yang dapat diukur , pendekatan yang rasional, serta proses yang sistematis (Sugiyono, 2017). Dalam studi ini, kami menggunakan pendekatan Structural Equation Model (SEM) dengan menerapkan metode Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis data. Analisis SEM PLS merupakan suatu teknik statistik multivariat yang memungkinkan pembandingan antara berbagai variabel independent, mediasi dan dependen dalam penelitian. Metode analisis ini dapat diterapkan pada berbagai jenis data tanpa harus bergantung pada banyak asumsi, serta tidak memerlukan ukuran sampel yang besar.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data yang diperoleh dengan wawancara langsung atau pengisisan kuesioner (daftar pertanyaan) yang disebarkan kepada responden (Sugiyono, 2017). Adapun sumber data primer ini berupa data identitas responden dan sebuah tanggapan dan menggunakan Non probability dan purposive sampling jumlah populasi 518 teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Untuk menemukan sampel digunakan Rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari suatu populasi tertentu. Berikut adalah rumusnya:

$$= \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan:
n: Jumlah sampel
N: Jumlah populasi
e: Tingkat kesalahan yang diinginkan (margin of error), biasanya dalam bentuk desimal (10%).

$$n = \frac{518}{1 + 518.(0{,}10)^2}$$
$$n = \frac{518}{1 + 518.0{,}01}$$
$$n = \frac{518}{1 + 5{,}18}$$
$$n = \frac{518}{6.18} = 83.82$$

Jadi, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 84 responden, responden dibulatkan menjadi 100

HASIL DAN PEMBAHASAN

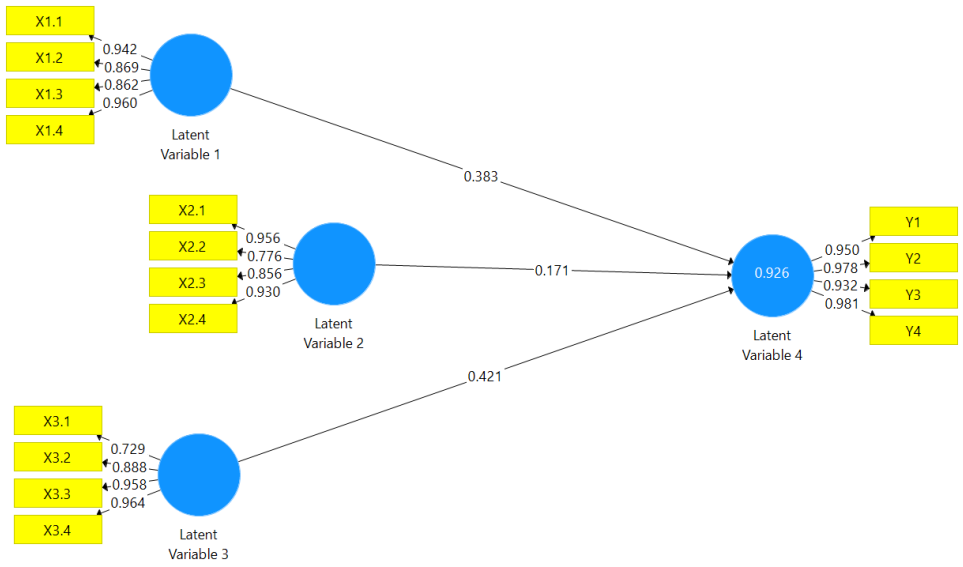
Skor Hasil Jawab Responden

Tabel 1. Skor hasil jawab responden

Variabel	Pernyataan	Skor
Sistem Keamanan	Saya yakin bahwa transaksi saya dilakukan dengan sistem yang aman dan dapat dipercaya di Zalora.	**4.19**
	Saya dapat dengan mudah mengakses sistem keamanan yang disediakan oleh Zalora saat bertransaksi	**4.39**
	Zalora menjaga kerahasiaan informasi saya sesuai dengan standar keamanan yang tinggi.	**4.18**
	Saya merasa sistem keamanan Zalora dapat diandalkan untuk melindungi data pribadi saya	**4.15**
Sistem informasi	Informasi yang ditampilkan oleh Zalora selalu update	**4.14**
	Keandalan Zalora selalu terbukti melalui responsivitasnya setiap kali saya mengakses platform tersebut.	**4.15**
	Saya merasa sistem Zalora memudahkan saya untuk menggunakannya	**4.08**
	Saya puas dengan layanan informasi yang disediakan oleh Zalora	**4.20**
Service Quality	Tampilan Zalora menarik dan memudahkan saya dalam berbelanja.	**4.05**
	Zalora selalu mengirimkan pelacakan pesanaan sesuai yang di pesan	**4.04**
	Saya merasa aman melakukan transaksi pembayaran di Zalora	**4.15**
	Customer service Zalora memberikan solusi yang memuaskan terhadap keluhan saya	**4.16**
Minat Beli	Iklan dari Zalora menarik perhatian saya	**4.22**
	Produk yang ditawarkan oleh Zalora membuat saya tertarik untuk membelinya	**4.16**
	Saya memiliki keinginan kuat untuk memiliki produk Zalora yang saya lihat.	**4.14**
	Saya merasa bahwa membeli produk dari Zalora adalah keputusan yang tepat	**4.05**

Pembahasan

Analisis Outer Model



Convergen validity

Validitas konvergen suatu indikator dianggap tinggi jika nilai beban luar (outer loading) mencapai angka di atas 0,7 dengan signifikan. Di bawah ini terdapat daftar nilai beban luar Setiap parameter dalam variabel penelitian memiliki atributnya sendiri.

Tabel 2. Nilai Outer loading

Variabel	indikator	Outer loading	Cut-Off	keterangan
Sistem Keamanan (X1)	X1.1	0.942	0.7	Valid
	X1.2	0.869	0.7	Valid
	X1.3	0.862	0.7	Valid
	X1.4	0.960	0.7	Valid
Sistem Informasi *(X2)*	X2.1	0.956	0.7	Valid
	X2.2	0.776	0.7	Valid
	X2.3	0.856	0.7	Valid
	X2.4	0.930	0.7	Valid
Service Quality (X3)	X3.1	0.729	0.7	Valid
	X3.2	0.888	0.7	Valid
	X3.3	0.958	0.7	Valid
	X3.4	0.964	0.7	Valid
Minat Beli (Y)	Y1.1	0.950	0.7	Valid
	Y1.2	0.978	0.7	Valid
	Y1.3	0.932	0.7	Valid
	Y1.4	0.981	0.7	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan data yang telah dipresentasikan dalam tabel, Dapat disarikan bahwa setiap indikator dalam variabel penelitian menunjukkan outer loading yang secara signifikan melebihi nilai ambang batas 0,7. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa seluruh variabel indikator tidak menunjukkan nilai outer loading yang kurang Dengan nilai sebesar 0,5, maka dapat disarankan Semua parameter ini memenuhi standar validitas dan dapat dianggap sesuai untuk digunakan dalam proses analisis lebih lanjut dalam konteks penelitian ini.

Average Variance Extracted (AVE)

Evaluasi validitas diskriminan dapat dilakukan dengan mengacu pada nilai AVE *(Average Variance Extracted),* sebuah metrik Metode yang digunakan untuk menilai tingkat keakuratan pengukuran sebuah konstruk membedakan antara satu sama lain seharusnya

melebihi angka 0,5 untuk dapat dianggap valid dari segi validitas diskriminan. Oleh karena itu, berikut adalah nilai AVE yang terkait dengan setiap variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3. Discriminant Validity

Variabel	AVE (Average Variance Extracted)	Nilai ambang batas	Keterangan
Sistem Keamanan	0.873	0,5	Valid
Sistem Informasi	0.700	0,5	Valid
Service Quality	0.741	0,5	Valid
Minat Beli	0.860	0,5	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan data yang telah terdokumentasi dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang telah diinvestigasi dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang melebihi nilai ambang batas 0,5. Penilaian AVE untuk setiap variabel dalam studi ini dapat ditemukan sebagaimana dicatat di bawah ini Sistem Keamanan (X_1) 0.873, Sistem Informasi (X_2) 0.700, Service Quality (Z) 0.741, Minat Beli (Y) 0.860. Temuan ini mengindikasikan Setiap variabel Penelitian ini memenuhi syarat validitas diskriminan yang esensial untuk mengizinkan lanjutan analisis yang lebih mendalam.

Discriminant Validity

Cross loading dalam analisis Partial Least Squares (PLS) digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator berhubungan dengan konstruk yang diwakilinya. Idealnya, setiap indikator harus memiliki nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk yang sesuai daripada pada konstruk lainnya. Jika indikator memiliki loading yang lebih tinggi pada konstruk yang tidak relevan, maka indikator tersebut dianggap tidak valid. Oleh karena itu, cross loading membantu menilai validitas konvergen, memastikan bahwa indikator mengukur konstruk yang dimaksud dengan akurat.

Tabel 4. Cross Loadings

	Minat Beli	Service Quality	Sistem Informasi	Sistem Keamanan
X1.1	0,778	0,783	0,744	0,940
X1.2	0,778	0,792	0,744	0,940
X1.3	0,729	0,771	0,840	0,927
X1.4	0,730	0,755	0,827	0,929
X2.1	0,640	0,694	0,893	0,623
X2.2	0,631	0,693	0,895	0,621
X2.3	0,729	0,771	0,840	0,827
X2.4	0,643	0,779	0,704	0,603
X3.1	0,637	0,783	0,698	0,591
X3.2	0,795	0,861	0,867	0,768
X3.3	0,836	0,865	0,672	0,676
X3.4	0,867	0,928	0,808	0,802
Y1	0,844	0,822	0,676	0,688
Y2	0,961	0,917	0,794	0,798
Y3	0,930	0,837	0,695	0,712
Y4	0,968	0,913	0,781	0,790

Indikator dianggap valid jika memiliki loading yang lebih tinggi pada konstruk yang relevan dibandingkan konstruk lain. Sebaliknya, jika loading indikator lebih tinggi pada

konstruk yang tidak relevan, hal ini menunjukkan adanya cross loading dan ketidakjelasan dalam pengukuran atribut. Validitas indikator terlihat dari korelasi kuat dengan konstruk yang sesuai dan rendah pada konstruk lainnya, memastikan data yang dihasilkan sesuai untuk konstruk yang diuji.

Uji Reliabilitas.

Composite reliability adalah elemen yang digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas dari indikator-indikator yang terkait dengan suatu variabel tertentu. Untuk dianggap memiliki reliabilitas yang memadai, suatu variabel harus memperoleh nilai Composite reliability yang diperlukan adalah nilai yang melebihi 0.7. Dalam kerangka penelitian ini, berikut adalah angka keandalan komposit untuk setiap variabel yang tercakup dalam penelitian ini:

Tabel 5. Composite Reliability

Variabel	*Cut Off*	*Composite Realibilty*
Sistem Keamanan	0.7	0.965
Sistem Informasi	0.7	0.902
Service Quality	0.7	0.919
Minat Beli	0.7	0.961

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Dalam analisis reliabilitas yang kedua, menggunakan Cronbach's Alpha, sebuah metode statistik Mengukur tingkat konsistensi internal dalam alat atau data psikometrik merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi internal dalam instrumen atau data psikometrik. Untuk menganggap konstruk tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, nilai *Cronbach's Alpha* harus melebihi 0.60.

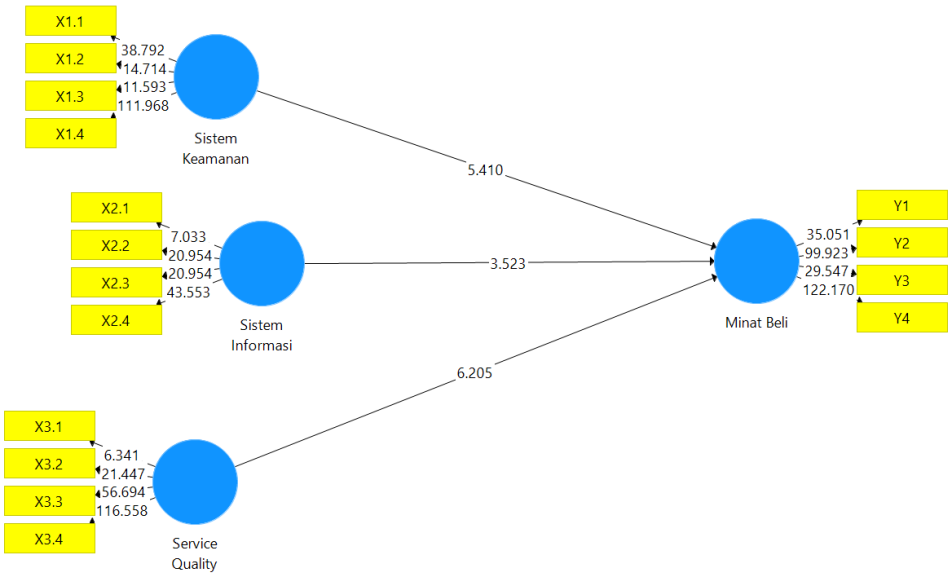
Tabel 6. Cronbach Alpha

Variabel	*Cut off*	*Crombach's Alpha*
Sistem Keamanan	0.6	0.951
Sistem Informasi	0.6	0.853
Service Quality	0.6	0.883
Minat Beli	0.6	0.945

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel yang disajikan, Dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang terdapat dalam penelitian ini memegang nilai yang signifikan yang tidak dapat ditemukan perbedaan signifikan. Cronbach alpha yang melebihi ambang batas 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa reliabilitas konstruk-konstruk tersebut telah terpenuhi dengan baik/ reliabel.

Analisis Inner Model



Uji Path Coefficient

Dalam penelitian ini, kami menggunakan prosedur bootstrap untuk menguji koefisien jalur guna mengevaluasi statistik nilai-t atau p-value (rasio kritis), bersama dengan nilai sampel asli yang diperoleh dari analisis tersebut. Ketika p-value Apabila nilai p-value kurang dari 0,05, ini menunjukkan adanya korelasi langsung antara variabel, sementara jika nilai p-value melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak ada bukti yang cukup kuat untuk menegaskan keberadaan hubungan kausal yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Kami menetapkan nilai signifikansi pada t-statistik sebesar 1,96 (tingkat signifikansi = 5%). Ketika t-statistik melebihi angka 1,96, ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan. Proses pengujian hipotesis ini dilaksanakan Memanfaatkan aplikasi perangkat lunak Smart PLS (Partial Least Square) merupakan pendekatan yang lebih canggih dalam konteks penelitian ini 3.0. Di bawah ini adalah hasil koefisien jalur yang ditemukan melalui analisis tersebut.

Tabel 7. *Uji Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Sistem Keamanan -> Minat Beli	0,773	0,756	0,143	5,410	**0,000**
Sistem Informasi -> Minat Beli	0,444	0,428	0,126	3,523	**0,000**
Service Quality -> Minat Beli	0,629	0,631	0,101	6,205	**0,000**

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Hipotesis pertama diuji untuk mengidentifikasi apakah analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara sistem keamanan terhadap minat beli nilai t-statistik yang mencapai 5.410 dengan original sample sebesar 0.773, dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.000, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.660 ketika p

kurang dari dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis pertama dapat diterima. hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan sistem keamanan terhadap minat beli

Hipotesis kedua diuji untuk mengidentifikasi apakah analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara sistem informasi terhadap minat beli nilai t-statistik yang mencapai 3.523 dengan original sample sebesar 0.444, dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.000, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis kedua. dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.660 ketika p kurang dari dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis kedua dapat diterima. hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan sistem informasi terhadap minat beli.

Hipotesis ketiga diuji untuk mengidentifikasi apakah analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara service quality terhadap minat beli nilai t-statistik yang mencapai 6,205 dengan original sample sebesar 0.629, dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.015, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis ketiga. dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.660 ketika p kurang dari dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis ketiga dapat diterima. hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan service quality terhadap minat beli.

Coefficient of Determination (R2)

Koefisien determinasi, juga dikenal sebagai R-squared, adalah metrik yang mengukur seberapa besar variasi dalam variabel eksogen yang tidak teramati mempengaruhi variasi dalam variabel endogen yang tidak teramati. R-squared menggambarkan seberapa signifikan kontribusi variabel eksogen terhadap variasi dalam variabel endogen. Semakin tinggi nilai R-squared, semakin akurat dan konsisten model prediksi dengan model penelitian yang diusulkan.

Tabel 8. Nilai R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Beli	0.924	0.922

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel, R-Square digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana system keamanan, system informasi, dan *service quality* memengaruhi minat bel Hasil analisis menunjukkan nilai sebesar 0.924 atau setara dengan 92%, Dengan nilai tersebut dapat disimpulkan Bahwa terdapat tingkat yang signifikan dalam hubungan antara kedua variabel sistem keamanan, sistem informasi, dan *service quality* tersebut. R-Square juga digunakan untuk mengukur sejauh mana sistem keamanan, sistem informasi, dan *service quality* mempengaruhi minat beli dengan nilai sebesar 0.922 atau 92%. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, dapat dinyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel sistem keamanan, sistem informasi, dan *service quality* juga menunjukkan tingkat yang cukup signifikan.

Uji berikutnya adalah uji Q-Square, yang digunakan untuk mengevaluasi nilai Q2 dalam konteks pengujian model struktural. Q2 adalah indikator relevansi prediksi dalam model ini, yang membantu dalam mengukur sejauh mana model mampu menghasilkan nilai observasi yang sesuai dengan parameter yang ada. Ketika Q2 memiliki nilai positif, itu mencerminkan tingkat relevansi prediksi yang signifikan dalam model, sementara ketika Q2 bernilai negatif, itu menggambarkan adanya keterbatasan dalam hal relevansi prediksi dalam model. Hasil perhitungan nilai Q-Square telah diperoleh.

Q-Square = 1 – [(1 – R 2 1) x (1 – R 2 2)]

Q-Square = 1- [(1 – 0.924) x (1 – 0.922)]

Q-Square = 1−−[(0.082)×(0.084)]

Q-Square = 1- 0.006888

Q-Square = 0.993112

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa Q-Square memiliki nilai sebesar 0.993. Angka ini menggambarkan sejauh mana model penelitian dapat menjelaskan variasi adalam data penelitian, yaitu sekitar 99%, sementara sekitar 1% dari variasi tersebut diatribusikan kepada faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam Berdasarkan Setelah melakukan analisis yang teliti, dapat disarikan bahwa model tersebut memiliki karakteristik yang secara signifikan membedakannya dari model-model lainnya penelitian ini menunjukkan tingkat kesesuaian yang tinggi atau *goodness of fit* yang memenuhi standar yang diharapkan

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem keamanan, sistem informasi, dan kualitas layanan (service quality) secara signifikan memengaruhi minat beli konsumen Zalora di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo angkatan 2023-2024 pada semester ganjil. Sistem keamanan yang terpercaya memberikan rasa aman kepada konsumen dalam bertransaksi online, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat beli mereka. Selain itu, sistem informasi yang jelas, informatif, dan mudah diakses mampu membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang lebih cepat dan efektif.

Kualitas layanan yang diberikan Zalora, baik dari segi kecepatan respons, keramahan pelayanan, maupun pengelolaan pengiriman barang, menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Kombinasi dari ketiga elemen tersebut menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan, sehingga konsumen lebih terdorong untuk melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan Zalora kepada orang lain. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengelolaan yang baik terhadap sistem keamanan, sistem informasi, dan kualitas layanan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen di era e-commerce.

REFERENSI

Akter, T., Uddin, M. S., Rahman, R., Uddin, M. S., Islam, M. R., Faisal-E-Alam, M., & Rahman, M. M. (2024). The Moderating Effect of System Quality on the Relationship Between Customer Satisfaction and Purchase Intention: PLS-SEM & fsqca Approaches. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 100381.

Ganguli, Shirshendu & Roy, S. K. (2018). “Generic technologybased service quality dimensions in banking”. International Journal of Bank Marketing Vol. 29 (2) : 168-189

Kong, J., Leung, C., Miao, C., & Chua, G. A. (2024). Selling format choices in e-commerce platform considering green investment and corporate social responsibility. Computers & Industrial Engineering, 193, 110299

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. Marketing Management, 15th edition. United States: Pearson Education.

Nurul, S., Anggrainy, S., & Aprelyani, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan Sistem Informasi: Keamanan Informasi, Teknologi Informasi Dan Network (Literature Review Sim). Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 3(5), 564-573.

Pratama, A., & Rusliyawati, R. (2023). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Persediaan Barang Berbasis Web. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi, 4(2), 114-120.

Setiawan, T., Hadita, H., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Melalui Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Rawa Lumbu (Studi Pada E-Commerce Zalora). JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME), 2(2), 242-268.

Sudirjo, F., Ratnawati, R., Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (2023). The Influence of Online Customer Reviews and e-Service Quality on Buying Decisions In Electronic Commerce. Journal of Management and Creative Business, 1(2), 156-181.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta. Ferrari, JR, Jhonson, JL, & McCown, WG (1995). Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research & Treatment. New York: Plenum Press. Yudistira P, Chandra. Diktat Kuliah Psikometri. Fakultas Psikologi Universitas.

Tien, N. H., & Huong, L. T. M. (2023). Factors affecting customers satisfaction on public internet service quality in Vietnam. International Journal of Public Sector Performance Management, 1(1).

Tjahjono, A., & Wibowo, T. (2018). Manajemen Sistem Informasi: Strategi Keamanan Data dalam Era Digital. Jakarta: Penerbit

Wang, C., Liu, T., Zhu, Y., Wang, H., Wang, X., & Zhao, S. (2023). The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. Heliyon, 9(11).

Zed, E. Z., Hidayah, Z. Z., & Nugroho, A. P. (2023). Analysis of Online E-Commerce Marketing and Digital Marketing in Consumer Interest to Buy Shoes Products in The Karawang Region. Jurnal Ekonomi, 12(3), 124-134.