

ABSTRAK

Pada industri *E-commerce*, Di luar informasi harga, perusahaan yang beroperasi di lingkungan online harus memusatkan perhatian mereka pada proses pembentukan kepercayaan dengan konsumen dengan manajemen yang baik dan juga dengan bantuan pihak ketiga. Maksudnya disini adalah dengan adanya manajemen yang terpercaya dari toko online bersangkutan dan juga adanya bantuan dari pihak ketiga, atau layanan Verifikasi Keamanan Online. Untuk menambah kepercayaan konsumen, apalagi ditengah tumbuhnya industri *e-commerce* di Indonesia yang berbanding lurus pula dengan tingkat kejahatan *cyber*. Memanfaatkan kecerobohan masyarakat, ada oknum penyedia situs jual beli online yang acap kali menipu dengan keberadaan semu toko mereka. Hal ini yang mendasari layanan Verifikasi Keamanan Online lainnya untuk membantu masyarakat mengetahui kebenaran suatu toko online. Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin menganalisis lebih dalam, adakah hubungan atau tidak antara adanya Verifikasi Keamanan Online tersebut dengan Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen bisnis online.

Melalui penelitian ini akan di lakukan analisis hubungan antara Verifikasi Keamanan Online, dengan variabel *knowledge*, *attitude* dan *behaviour* terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui Google Drive kepada 100 responden yang mengetahui tentang adanya Verifikasi Keamanan Online. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data *Cross Tab* dan Chi Square. Pengolahan data menggunakan bantuan dari software SPSS Versi 20.

Berdasarkan hasil penelitian, terbukti bahwa terdapat hubungan antara Verifikasi Keamanan Online terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen, dikarenakan sub variabel dari masing masing variabel yang lolos uji chi square atau hipotesis yang di terima.

Berdasarkan hasil penelitian, di sarankan bagi para penjual di bisnis online agar menggunakan jasa Verifikasi Keamanan Online, karena erat hubungannya dengan kepercayaan dan minat beli konsumen dan calon konsumen yang akan melakukan transaksi online pada bisnis online sang penjual.

Kata Kunci : *Security Awareness*; Kepercayaan; Minat Beli; Verifikasi Keamanan Online.

ABSTRACT

In the E-commerce industry, Outside pricing information, companies that operate in the online environment should focus their attention on the process of establishing trust with consumers with good management and also with the help of a third party. The point here is the presence of a reliable management of the online store in question and also the assistance of a third party, or Online Security Verification Service. To add to consumer confidence, especially amid growing e-commerce industry in Indonesia is also directly proportional to the level of cyber crime. Utilizing the public carelessness, there are unscrupulous providers of online selling sites which often deceive the apparent existence of their stores. This is the underlying Online Security Verification Institute more to help people know the truth of an online store. Based on this, the author wants to analyze more deeply, is there a relationship or not between their Online Security Verification with Consumer's Trust and Purchase Intention in online business.

Through this research will be done analysis of the relationship between the Online Security Verification, with variable knowledge, attitude and behavior toward Consumer's Trust and Purchase Intention.

Methods of data collection is done by distributing questionnaires via Google Drive to the 100 respondents who knew about the existence of the Online Security Verification. Data analysis technique used is the technique of data analysis Cross Tab and Chi Square. Processing data using the help of software SPSS version 20.

Based on the research results, it is evident that there is a relationship between the Online Security Verification Consumer's Trust and Purchase Intention, because the sub-variables of each of the variables that pass the chi square test or hypothesis accepted.

Based on the results of the studies, suggest to the sellers in the online business in order to use the services of Online Security Verification, because it is closely connected with confidence and consumer buying interest and prospective customers who will conduct online transactions on the online business of the seller

Keywords : *Security Awareness, Trust, Purchase Intention, Online Security Verification.*