



## SEMEABB 2018

Prosiding online: <http://semeabb.ijbe-research.com>



# PERSPEKTIF ETIKA *E-COMMERCE*: SEBUAH INVESTIGASI EMPIRIS PADA GENERASI MUDA

*Budi Astuti<sup>1</sup>, Ovi Oktavina<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

<sup>1</sup>*budiastutish@gmail.com*

### INFO ARTIKEL

**Sejarah Artikel:**

Diterima : 17-08-2018  
Terbit : 25-10-2018

**Kata Kunci:**

Etika  
*E-commerce*  
Kepercayaan  
Keamanan dan Privasi  
Loyalitas

**DOI:**

10.5281/zenodo.1475115

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi etika seperti kepercayaan konsumen dan privasi pada sistem *e-commerce* serta dapat mengidentifikasi berbagai faktor etika yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap adopsi *e-commerce* yang akan membentuk loyalitas konsumen terhadap organisasi atau merek pada konsumen yang berusia muda. Dalam pengembangan etika *e-commerce*, model penelitian ini termasuk relatif baru, maka analisis data *Structural Equation Model* (SEM) - *Partial Least Squares* (PLS) dapat digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif dari variabel etika *e-commerce* terhadap kepercayaan konsumen, 2) terdapat pengaruh secara langsung dari variabel etika *e-commerce* terhadap keamanan dan privasi dalam lingkungan online, 3) terdapat pengaruh dari variabel etika *e-commerce* terhadap peningkatan loyalitas pelanggan, 4) terdapat pengaruh positif dari variabel kepercayaan terhadap penjangaan privasi dan keamanan pada situs web *e-commerce*, 5) terdapat pengaruh positif dari variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, dan 6) terdapat pengaruh hubungan langsung dari variabel masalah keamanan dan privasi terhadap loyalitas pelanggan.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.