

ABSTRAK

Pengaruh Pemberitaan Kebocoran Data Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna Tokopedia

Vannia Destianingrum

2019217009

(xi + 5 bab + 93 hal + 7 lampiran + 26 pustaka 2008-2016)

Perkembangan *e-commerce* juga dipicu oleh beragamnya tawaran produk dan jasa layanan *online* yang inovatif, menarik, mudah, dan tepat guna, untuk mendukung hal tersebut, pemerintah telah mengeluarkan peta jalanan (*roadmap*) yang menjadi panduan serta arah tujuan industri perdagangan digital. Pemberitaan mengenai kebocoran data pelanggan menyebabkan kekhawatiran diantara para penggunanya. Pemberitaan ini berpengaruh terhadap perusahaan dan para pengguna tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemberitaan kebocoran data pengguna terhadap loyalitas pengguna tokopedia. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah warga RW 003 Kelurahan Kebon Manggis Jakarta Timur yang berjumlah 503 yang berusia 15 – 50 tahun, dengan sampel populasinya sebanyak 83 responden. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan *Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan kebocoran data pengguna tokopedia jumlah keseluruhan terbesar diperoleh persentase 39% dengan frekuensi 32. Mengenai loyalitas pengguna tokopedia jumlah keseluruhan terbesar diperoleh persentase 47% dengan frekuensi 39. Berdasarkan uji korelasi dengan menggunakan *pearson product moment coefficient of correlation* yang telah dilakukan, ditemukan bahwa nilai r sebesar 0,99 menunjukkan pada tingkat hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali. Artinya pemberitaan kebocoran data pengguna berpengaruh sangat kuat terhadap loyalitas pengguna tokopedia. Dapat diartikan bahwa pengaruh pemberitaan kebocoran data pengguna sangat berpengaruh berdasarkan indikator aktual, dampak, keutamaan, kedekatan, konflik, tidak biasa, dan saat ini terhadap loyalitas pengguna tokopedia berdasarkan indikator terduga, prospek, prospek terdiskualifikasi, pelanggan pertama kali, pelanggan berulang, dan klien.

Kata kunci :kebocoran data, pemberitaan, loyalitas

