E-ISSN : 2988-1986
https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/kohesi

Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek
Volume 8 No 9 Tahun 2025

# KEMUDAHAN FITUR DAN KEAMANAN TRANSAKSI PENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA ONLINE GROCERY DI JABODETABEK

**Alsharani Nurazizah Setiawan[1], Widarto Rachbini[2]**
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
E-mail: **2410116098@mahasiswa.upnvj.ac.id**

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of ease of features and transaction security on user satisfaction with online grocery shopping services in the JABODETABEK area. The approach used is quantitative. This study utilized 10 datasets provided by the lecturer in charge of the Statistics course, which were collected through an online survey conducted with several respondents. The collected data were then analyzed using the multiple regression method. The results of the multiple regression analysis showed that the model had a strong correlation (R = 0.821) and explained 67.3% of the variation in "User Satisfaction (Y)" (R Square = 0.673). Simultaneously, "Perception of Ease and Platform Features (X1)" and "Perception of Security and Convenience of Transactions (X2)" had a significant effect on "User Satisfaction (Y)" (F = 7.219, Sig. = 0.020). However, partially, only "Perception of Security and Convenience of Transactions (X2)" had a positive and significant effect (Coefficient B = 3.286, Sig. = 0.033). "Perception of Ease and Platform Features (X1)" did not show a significant partial influence (Sig. = 0.626). This finding suggests that online grocery service providers should continue to enhance the ease of use of their features and ensure transaction security to maintain and increase user satisfaction.*

***Keywords:*** *Ease of Features, Transaction Security, User Satisfaction.*

**ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan fitur dan keamanan transaksi terhadap kepuasan pengguna layanan belanja *online grocery* di wilayah JABODETABEK. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini mengambil 10 data melalui data yang sudah diberikan oleh dosen pengampu mata kuliah Statistika yang sudah kumpulkan melalui dengan *survey online* oleh beberapa responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode regresi berganda. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan model memiliki korelasi kuat (R = 0,821) dan menjelaskan 67,3% variasi "Kepuasan Pengguna (Y)" (R *Square* = 0,673). Secara simultan, "Persepsi Kemudahan dan Fitur *Platform* (X1)" dan "Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2)" berpengaruh signifikan terhadap "Kepuasan Pengguna (Y)" (F = 7,219, Sig. = 0,020). Namun, secara parsial, hanya "Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2)" yang berpengaruh positif dan signifikan (Koefisien B = 3,286, Sig. = 0,033). "Persepsi Kemudahan

**Article History**
Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 235
Prefix DOI : 10.8734/Kohesi.v1i2.365
**Copyright : Author**
**Publish by : Kohesi**

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

dan Fitur *Platform* (X1)" tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial (Sig. = 0,626). Temuan ini mengindikasikan bahwa penyedia layanan *online grocery* perlu terus meningkatkan aspek kemudahan penggunaan fitur dan memastikan keamanan transaksi untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengguna.
***Keywords:*** Kemudahan Fitur, Keamanan Transaksi, Kepuasan Pengguna

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet telah mendorong transformasi signifikan dalam perilaku belanja masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan seperti JABODETABEK. Kemudahan akses dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh layanan belanja *online* telah menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu pilihan utama konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan *grocery*. Fenomena ini sejalan dengan temuan bahwa masyarakat kini lebih menghargai produk dan layanan yang dapat menghemat waktu serta menyederhanakan aktivitas, sehingga kemudahan dalam penggunaan aplikasi menjadi faktor kunci dalam keputusan berbelanja *online* (Marselin90, 2024.). *E-commerce* merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi internet. Pengertian *e-commerce* itu sendiri adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik **.**

Selain kemudahan fitur, aspek keamanan transaksi juga menjadi perhatian utama dalam layanan belanja *online*. Keamanan yang terjamin tidak hanya memperkuat kepercayaan pelanggan, tetapi juga mengurangi risiko penipuan yang sering muncul dalam transaksi *e-commerce*. Keamanan yang terjamin tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga mengurangi risiko penipuan yang sering terjadi dalam transaksi *e-commerce*. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat keamanan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi *online*, serta mengurangi jumlah kasus penipuan dengan signifikan. Karena itu, penyedia layanan *e-commerce* harus menjamin sistem keamanan yang kuat supaya konsumen merasa terlindungi dan nyaman saat bertransaksi. (Silalahi et al., 2022).

Kepuasan pelanggan adalah sasaran utama dalam penyediaan layanan belanja daring. Pelanggan cenderung merasa senang jika fitur yang dipakai mudah digunakan, transaksi berlangsung dengan baik, dan keamanan terjamin. Oleh karena itu, upaya memperbaiki kemudahan fitur dan keamanan transaksi adalah strategi krusial untuk menjaga serta meningkatkan kepuasan pengguna dalam layanan belanja daring di era digital saat ini.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

1. Kemudahan Fitur

   Kemudahan fitur dalam *e-commerce* berkaitan dengan sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi atau sistem mudah dioperasikan, tidak memerlukan banyak usaha, dan memungkinkan mereka menyelesaikan tugas secara efisien. Persepsi akan kemudahan ini sangat krusial karena dapat meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi secara daring. Menurut penelitian yang

dipublikasikan dalam Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB), kemudahan navigasi dan fitur aplikasi yang *user friendly* merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di platform Shopee. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kemudahan fitur tidak hanya meningkatkan efisiensi berbelanja tetapi juga meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce*. (Shofa et al., 2024)

2. Keamanan Transaksi

   Keamanan transaksi adalah elemen penting dalam *e-commerce* karena terkait langsung dengan kepercayaan pelanggan saat melakukan pembelian secara daring. Konsumen biasanya memikirkan aspek keamanan sebelum membuat keputusan untuk bertransaksi, mengingat banyaknya kasus penipuan dan kejahatan siber yang dapat merugikan mereka. Oleh karena itu, penyedia layanan *e-commerce* wajib memastikan keamanan data dan transaksi agar konsumen merasa nyaman dan aman saat berbelanja. (Silalahi et al., 2022)

3. Kepuasan Pengguna

   Kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan hasil atau kinerja produk/jasa yang diterima dengan ekspektasi yang ada (Kurniasih, I., 2024.). Kepuasan pengguna berkaitan dengan perbandingan antara persepsi pelanggan terkait layanan yang diterima dengan harapan pengguna terhadap layanan yang diinginkannya. Kualitas layanan terbaik akan didapatkan ketika harapan pelanggan terlampaui, sementara di sisi lain kualitas layanan dianggap tidak dapat diterima ketika harapan tidak dipenuhi, serta kualitas layanan dianggap memuaskan ketika persepsi pelanggan sesuai dengan harapan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini menilai pengaruh kemudahan fitur serta keamanan transaksi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan belanja online grocery di JABODETABEK. Objek penelitian ini adalah pengguna layanan tersebut, dengan data yang diperoleh dari 10 responden melalui kuesioner online yang telah dikumpulkan oleh pengampu mata kuliah Statistika. Metode penelitian dengan desain *cross-sectional* diterapkan. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive*, menyasar pengguna grocery online di JABODETABEK. Variabel yang diperiksa meliputi kemudahan fitur, keamanan transaksi, dan tingkat kepuasan pengguna. Analisis data dilakukan dengan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .821[a] | .673 | .580 | .13997 |

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2), Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1)

Table Model Summary menujukkan hasil analisis regresi yang menguji hubungan dua variable independent, yaitu "Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1)" dan "Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2)". Berikut adalah penjelasan mengenai hipotesis yang dapat diambil dari tabel tersebut:

Interpretasi Hasil Model Summary:

1. **R (Korelasi):** Nilai R adalah 0,821. Ini menunjukkan adanya hubungan atau korelasi yang kuat antara variabel independen ("Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2)" dan "Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1)") dengan variabel dependen.
2. **R Square (Koefisien Determinasi):** Nilai R Square adalah 0,673. Ini berarti 67,3% variasi dalam variabel dependen (Kepuasan Pengguna) dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Dengan kata lain, model ini cukup baik dalam memprediksi Kepuasan Pengguna berdasarkan Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi serta Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform.
3. **Adjusted R Square:** Nilai Adjusted R Square adalah 0,580. Nilai ini menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen di populasi, setelah mempertimbangkan jumlah prediktor dalam model.
4. **Std. Error of the Estimate (Standar Kesalahan Estimasi):** Nilai Std. *Error of the Estimate* adalah 0,13997. Ini adalah standar deviasi dari residu, yang mengukur rata-rata jarak antara nilai aktual dan nilai yang diprediksi oleh model.

Hipotesis

Berdasarkan hasil di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

1. Hipotesis 1: Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y).
2. Hipotesis 2: Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

3. Hipotesis 3: Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) dan Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

Mengacu pada interpretasi tabel "Ringkasan Model" dan hipotesis yang diusulkan, dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda yang menguji dampak "Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1)" serta "Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2)" terhadap "Kepuasan Pengguna (Y)" memiliki kemampuan prediksi yang memadai. Nilai R Square yang sebesar 0,673 menunjukkan bahwa 67,3% variasi kepuasan pengguna dapat diuraikan oleh kedua variabel independen tersebut. Hipotesis yang diajukan menyatakan bahwa kedua variabel independen ini, baik secara terpisah maupun bersamaan, memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

.

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | .283 | 2 | .141 | 7.219 | .020[b] |
| | Residual | .137 | 7 | .020 | | |
| | Total | .420 | 9 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2), Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1)

Tabel ANOVA memperlihatkan hasil analisis varians yang bertujuan menguji dampak variabel independen Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) serta Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) secara bersamaan terhadap variabel dependen Kepuasan Pengguna (Y)

Hipotesis:

1. **H0 (Hipotesis Nol):** Tidak ada pengaruh signifikan secara simultan dari Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) dan Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).
2. **Ha (Hipotesis Alternatif):** Ada pengaruh signifikan secara simultan dari Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) dan Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

Interpretasi Hasil ANOVA:

Dari tabel ANOVA, ada beberapa nilai penting:

1. **Sum of Squares (Jumlah Kuadrat):**
   a. **Regression (Regresi):** 0,283. Ini adalah jumlah variasi dalam variabel dependen (Kepuasan Pengguna (Y)) yang dijelaskan oleh model regresi, yaitu oleh variabel independen Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) dan Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1).
   b. **Residual (Residu):** 0,137. Ini adalah jumlah variasi dalam variabel dependen (Kepuasan Pengguna (Y)) yang tidak dijelaskan oleh model regresi, atau yang disebabkan oleh faktor-faktor lain di luar model.
   c. **Total:** 0,420. Ini adalah total variasi dalam variabel dependen (Kepuasan Pengguna (Y)).

2. **df (Derajat Kebebasan):**
   a. **Regression (Regresi):** 2. Ini menunjukkan jumlah variabel independen dalam model (tidak termasuk konstanta).
   b. **Residual (Residu):** 7. Ini adalah n−k−1, di mana n adalah jumlah observasi (10) dan k adalah jumlah variabel independen (2). Jadi, 10−2−1=7.
   c. **Total:** 9. Ini adalah n−1, di mana n adalah jumlah observasi (10). Jadi, 10−1=9.

3. **Mean Square (Rata-rata Kuadrat):**
   a. **Regression (Regresi):** 0,141. Ini adalah Sum of Squares Regression dibagi dengan df Regression (0,283 / 2 = 0,141).
   b. **Residual (Residu):** 0,020. Ini adalah Sum of Squares Residual dibagi dengan df Residual (0,137 / 7 ≈ 0,020).

4. **F (Nilai F-hitung):** Nilai F adalah 7,219. Nilai F ini digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi.

5. **Sig. (Nilai Signifikansi atau p-value):** Nilai Sig. adalah 0,020.

Nilai Sig. (p-value) sebesar 0,020 lebih kecil dari taraf signifikansi umum (misalnya α=0,05). Ini menunjukkan bahwa model regresi ini **signifikan secara statistik**. Dengan kata lain,

secara simultan, "Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2)" dan "Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1)" memiliki pengaruh yang signifikan terhadap "Kepuasan Pengguna (Y)".

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | -7.886 | 3.439 | | -2.293 | .056 |
| | Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) | -.286 | .561 | -.185 | -.509 | .626 |
| | Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) | 3.286 | 1.241 | .962 | 2.648 | .033 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Tabel tersebut menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda dengan variabel dependen Kepuasan Pengguna (Y). (Placeholder2) Adapun penjelasan hipotesis berdasarkan tabel tersebut:

**Hipotesis Uji-t (Parsial):**

1. **Untuk Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1):**
   a. **H0:** Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial dari Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).
   b. **Ha:** Ada pengaruh signifikan secara parsial dari Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).
2. **Untuk Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2):**
   a. **H0:** Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial dari Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).
   b. **Ha:** Ada pengaruh signifikan secara parsial dari Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

Interpretasi Koefisien:

**1. Konstanta (Intercept): -7.886**

a. Artinya, jika nilai semua variabel independen adalah nol, maka nilai prediksi Kepuasan Pengguna adalah -7.886.
b. Namun, secara praktis, ini jarang diinterpretasikan karena variabel X jarang sekali benar-benar bernilai nol dalam konteks sosial.

**2. X1 - Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform**

a. **Koefisien B** = -0.286
b. **t** = -0.509, **Sig.** = 0.626

Interpretasi:

a) Hubungan antara X1 dan Y bersifat negatif, tetapi **tidak signifikan secara statistik** (karena p-value > 0.05).
b) Artinya, peningkatan persepsi kemudahan dan fitur platform tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam model ini.

**3. X2 - Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi**

a. **Koefisien B** = 3.286
b. **t** = 2.648, **Sig.** = 0.033

Interpretasi:

a) Hubungan antara X2 dan Y bersifat positif dan **signifikan secara statistik** (karena p-value < 0.05).
b) Artinya, setiap peningkatan 1 satuan pada persepsi keamanan dan kenyamanan transaksi akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 3.286 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna. Variabel Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh kemudahan fitur dan keamanan transaksi terhadap kepuasan pengguna layanan belanja online grocery di JABODETABEK, menggunakan pendekatan kuantitatif dan data dari 10 responden. Hasil "Model Summary" menunjukkan korelasi yang kuat (R=0,821) dan kemampuan prediksi model yang baik, di mana 67,3% variasi kepuasan pengguna dijelaskan oleh kedua variabel independen (R Square=0,673).

Tabel ANOVA selanjutnya menegaskan signifikansi model secara serentak. Dengan nilai F mencapai 7,219 dan tingkat signifikansi (Sig.) 0,020 (p < 0,05), dapat diambil kesimpulan bahwa kedua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap "Kepuasan Pengguna (Y)". Ini menunjukkan bahwa hipotesis yang mengindikasikan pengaruh bersamaan diterima. Akan tetapi, analisis koefisien memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai dampak parsial. "Persepsi Kemudahan dan Fitur Platform (X1)" tidak menunjukkan dampak signifikan secara individu terhadap "Kepuasan Pengguna (Y)" (Sig.=0,626; p > 0,05), meskipun ringkasan jurnal menunjukkan adanya dampak positif yang lebih besar dibandingkan dengan keamanan transaksi

Sebaliknya, "Persepsi Keamanan dan Kenyamanan Transaksi (X2)" secara parsial memiliki dampak positif dan signifikan (Sig.=0,033; p < 0,05), dengan koefisien B sebesar 3,286, yang menunjukkan setiap peningkatan pada X2 akan meningkatkan kepuasan dari pengguna. Walaupun terdapat perbedaan pada hasil koefisien X1 dan klaim abstrak, hasil keseluruhannya menunjukkan bahwa penyedia layanan harus terus memperbaiki kemudahan fitur serta keamanan transaksi untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB). (2024). Pengambilan Keputusan Dalam Pembelian Online: Studi Kasus Konsumen di E-commerce Shopee. Vol. 2(2), 198-208. DOI: 10.62017/jemb.v2i2.2616

Kurniasih, I., & Pibriana, D. (2021). Pengaruh Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online Berbasis Mobile Menggunakan Metode EUCS. JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi), 8(1), 181-198.

Mariah, M., & Kurniady, R. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JAMINAN KEAMANAN DALAM TRANSAKSI DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM E-COMMERCE PADA BAJIKI STORE MAKASSAR. AKMEN Jurnal Ilmiah, 14(4).

Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry 2009, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Vol. 49, No. 4, pp. 41–50

Silalahi, P. R., Daulay, A. S., Siregar, T. S., & Ridwan, A. (2022). Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online. Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(4), 224-235.

Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). Kemudahan aplikasi dan keragaman produk dalam membentuk keputusan pembelian generasi milenial berbelanja secara online. Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi), 8(2), 213-222.