

---

## **PERSEPSI GENERASI Z TENTANG KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN KEAMANAN DALAM PENGGUNAAN E-COMMERCE PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS JAMBI**

**Karinda Gayatri<sup>1</sup>, Indah Kusuma Wati<sup>2</sup>, Mayasari<sup>3</sup>, Fadilla Ulfah<sup>4</sup>, Hidayatul Arief<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Jambi

[karindagayatri@gmail.com](mailto:karindagayatri@gmail.com)<sup>1</sup>, [indahkusumawati710@gmail.com](mailto:indahkusumawati710@gmail.com)<sup>2</sup>, [mayasari@unja.ac.id](mailto:mayasari@unja.ac.id)<sup>3</sup>, [fadillaulfah@unja.ac.id](mailto:fadillaulfah@unja.ac.id)<sup>4</sup>, [hidayatularief@unja.ac.id](mailto:hidayatularief@unja.ac.id)<sup>5</sup>

**Abstract:** *The development of information technology and the internet has encouraged the emergence of various e-commerce platforms that facilitate online transactions. Generation Z is one of the groups that actively utilizes digital technology, including online shopping activities through e-commerce platforms. This study aims to analyze the perceptions of Economics Education students as part of Generation Z regarding transaction convenience and security in the use of e-commerce. This research employed a qualitative approach with a descriptive method. The informants consisted of five Economics Education students selected through purposive sampling techniques. Data collection was conducted through interviews and documentation. The data were analyzed using qualitative data analysis techniques, including data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that e-commerce provides convenience in transactions because the purchasing process can be carried out practically, quickly, and efficiently through digital applications, while security features increase students' trust in conducting online transactions.*

**Keywords:** *Generation Z, E-Commerce, Transaction Convenience, Transaction Security.*

**Abstrak:** Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mendorong munculnya berbagai platform e-commerce yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi secara online. Generasi Z merupakan kelompok yang aktif memanfaatkan teknologi digital, termasuk dalam aktivitas belanja melalui e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebagai bagian dari Generasi Z terhadap kemudahan transaksi dan keamanan dalam penggunaan e-commerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce memberikan kemudahan dalam bertransaksi karena proses pembelian dapat dilakukan secara praktis, cepat, dan efisien melalui aplikasi digital. Selain itu, fitur keamanan seperti sistem perlindungan konsumen, ulasan produk, dan rating toko meningkatkan kepercayaan mahasiswa dalam melakukan transaksi online.

**Kata Kunci:** Generasi Z, E-Commerce, Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi.

## **I. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya dalam kegiatan perdagangan. Pemanfaatan internet dalam aktivitas ekonomi mendorong munculnya berbagai platform digital yang memudahkan masyarakat melakukan transaksi secara *online*. Kehadiran *e-commerce* memungkinkan konsumen melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke toko fisik sehingga proses jual beli menjadi lebih praktis, cepat, dan efisien. Menurut (Tri & Dermawan, 2023), *e-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet sehingga penjual dan pembeli dapat melakukan aktivitas perdagangan tanpa harus bertemu secara langsung. Perkembangan teknologi tersebut juga memengaruhi perubahan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi ekonomi, di mana konsumen cenderung memilih platform digital yang mudah digunakan serta memiliki sistem transaksi yang sederhana. Kemudahan penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi *online* dan mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian melalui platform *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Khairani, 2025) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.

Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia juga menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 215 juta orang atau sekitar 78% dari total populasi. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam kegiatan belanja secara *online* melalui platform *e-commerce*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital tidak hanya memengaruhi pola komunikasi masyarakat, tetapi juga memengaruhi perilaku konsumsi dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Berbagai inovasi teknologi seperti sistem pembayaran digital dan layanan *e-commerce* juga telah mengubah pola konsumsi generasi muda karena memberikan kemudahan serta kecepatan dalam proses transaksi, sehingga berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mereka (Hariyani & Prasetyo, 2024).

Salah satu kelompok masyarakat yang paling aktif memanfaatkan perkembangan teknologi digital adalah Generasi Z. Generasi ini merupakan kelompok yang tumbuh dan

berkembang di era digital sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan teknologi informasi dan internet. Generasi Z sangat akrab dengan penggunaan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk berkomunikasi, mencari informasi, maupun melakukan aktivitas konsumsi seperti belanja secara *online* (Panjaitan et al., 2025). Kondisi tersebut menjadikan Generasi Z sebagai salah satu segmen pengguna *e-commerce* yang cukup dominan dalam perkembangan perdagangan digital saat ini. Selain itu, kemudahan penggunaan sistem pada platform digital juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih platform yang menawarkan pengalaman penggunaan yang praktis, cepat, dan mudah dipahami sehingga dapat meningkatkan kepercayaan serta mendorong pembelian ulang melalui platform *e-commerce* (Qomarudin & Fadhilla, 2025).

Dalam penggunaan *e-commerce*, terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi minat dan keputusan konsumen dalam melakukan transaksi secara online. Salah satu faktor penting adalah kemudahan transaksi yang berkaitan dengan kemudahan sistem dalam proses pembelian produk secara online. Menurut (Irsyad, 2023), *perceived ease of use* merupakan persepsi seseorang mengenai sejauh mana suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam pengoperasiannya. Ketika konsumen merasa bahwa sistem *e-commerce* mudah digunakan, maka kecenderungan untuk memanfaatkan platform tersebut dalam melakukan transaksi juga akan semakin meningkat. Selain itu, perkembangan sistem pembayaran digital turut memengaruhi pola konsumsi masyarakat, terutama pada generasi muda yang terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan transaksi melalui aplikasi pembayaran digital membuat proses pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien sehingga mendorong masyarakat untuk lebih sering melakukan transaksi secara *online* (Shindi Nirmalasari, 2025).

Selain kemudahan transaksi, faktor keamanan juga menjadi aspek penting dalam penggunaan *e-commerce*. Keamanan berkaitan dengan perlindungan informasi pribadi konsumen serta jaminan bahwa transaksi dapat berlangsung secara aman tanpa risiko penyalahgunaan data maupun penipuan. Tingkat keamanan yang baik dalam sistem *e-commerce* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara online. Hal ini sejalan dengan penelitian (Surbakti & Hendra, 2025) yang menyatakan bahwa keamanan sistem dalam transaksi digital berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan

serta kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Selain itu, penelitian (Cahyadi et al., 2025) juga menunjukkan bahwa penerapan sistem keamanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong mereka untuk terus menggunakan platform *e-commerce*.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-commerce*, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek teknologi dan perilaku konsumen secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji persepsi Generasi Z terhadap kemudahan transaksi dan keamanan dalam penggunaan *e-commerce* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai bagaimana generasi ini memandang kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi digital. Hal ini juga didukung oleh penelitian internasional yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan sistem merupakan faktor penting yang memengaruhi kepercayaan serta niat konsumen dalam menggunakan layanan *e-commerce* (Acceptance et al., 2021). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi Generasi Z terhadap kemudahan transaksi dan keamanan dalam penggunaan *e-commerce*, khususnya pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi mengenai kemudahan transaksi dan keamanan dalam penggunaan *e-commerce*. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi berdasarkan pengalaman, pandangan, serta pemahaman informan terhadap penggunaan *e-commerce* dalam aktivitas belanja *online*. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana mahasiswa memaknai kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi melalui platform digital. Penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara lebih mendalam melalui pengumpulan data secara langsung dari sumber penelitian (Safarudin et al., 2023).

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan memiliki pengalaman menggunakan platform *e-commerce* dalam aktivitas belanja *online*. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang

mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sehingga informan yang dipilih dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Lenaini et al., 2021). Kriteria informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang pernah menggunakan *e-commerce*, memiliki pengalaman melakukan transaksi pembelian produk secara *online*, serta bersedia memberikan informasi terkait pengalaman mereka dalam menggunakan platform tersebut.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman serta pandangan mereka terkait kemudahan transaksi dan keamanan dalam penggunaan *e-commerce*. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun sebelumnya sehingga proses pengumpulan data dapat berjalan secara terarah. Selain itu, wawancara dilakukan secara fleksibel agar informan dapat menyampaikan pendapat serta pengalamannya secara lebih luas sesuai dengan konteks yang mereka alami. Teknik dokumentasi juga digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa catatan hasil wawancara serta dokumen yang berkaitan dengan penggunaan *e-commerce* oleh informan selama proses penelitian berlangsung.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Boréus, 2017). Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil wawancara sehingga fokus pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar memudahkan peneliti dalam memahami pola informasi yang muncul dari hasil penelitian. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan menginterpretasikan hasil analisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai persepsi mahasiswa terhadap kemudahan transaksi dan keamanan dalam penggunaan *e-commerce*.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Persepsi Mahasiswa terhadap Kemudahan Transaksi dalam Penggunaan *E-Commerce***

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aktivitas kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan ekonomi

dan perdagangan. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah munculnya berbagai platform *e-commerce* yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian produk secara *online*. Kehadiran *e-commerce* memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen karena proses transaksi dapat dilakukan dengan lebih praktis, cepat, dan efisien dibandingkan dengan metode belanja konvensional.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap lima informan penelitian yang merupakan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi, yaitu Deri, Ridho, Dian, Ritta, dan Hazel, diketahui bahwa sebagian besar informan memiliki persepsi positif terhadap kemudahan transaksi dalam penggunaan *e-commerce*. Para informan menyatakan bahwa proses pembelian produk melalui platform *e-commerce* dapat dilakukan dengan mudah karena seluruh tahapan transaksi tersedia dalam satu aplikasi digital yang dapat diakses melalui smartphone.

Mahasiswa menilai bahwa proses transaksi melalui *e-commerce* lebih praktis karena pengguna hanya perlu mencari produk yang diinginkan melalui fitur pencarian dalam aplikasi, kemudian memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, menentukan metode pembayaran, serta menunggu proses pengiriman barang ke alamat tujuan. Proses tersebut dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* mampu memberikan efisiensi waktu dan tenaga bagi konsumen.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan sistem merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan digital. (Tuffahati & Nugraha, 2021). Ketika suatu sistem teknologi dianggap mudah digunakan, maka pengguna akan lebih tertarik untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

Kemudahan dalam penggunaan sistem digital tersebut berkaitan dengan konsep *perceived ease of use*, yaitu tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Ketika suatu sistem dianggap mudah digunakan, maka pengguna akan lebih cenderung memanfaatkan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan sistem menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan layanan *e-commerce*.

Salah satu informan, yaitu Deri, menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *e-commerce* menjadi alasan utama ia sering melakukan transaksi secara *online*. Informan tersebut menyampaikan bahwa fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi *e-commerce* cukup mudah dipahami sehingga proses pembelian produk dapat dilakukan dengan cepat dan fleksibel.

“Menurut saya belanja di *e-commerce* sangat mudah karena kita hanya perlu mencari produk yang diinginkan, kemudian memilih metode pembayaran. Prosesnya cepat dan bisa dilakukan kapan saja tanpa harus keluar rumah.

”Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem menjadi salah satu faktor yang mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan layanan *e-commerce*. Tampilan aplikasi yang sederhana, navigasi yang jelas, serta fitur pencarian produk yang mudah digunakan membuat konsumen dapat menemukan produk yang diinginkan dengan lebih cepat. Selain itu, adanya berbagai pilihan metode pembayaran digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, maupun transfer bank juga semakin mempermudah konsumen dalam menyelesaikan proses transaksi.

Kemudahan transaksi dalam penggunaan *e-commerce* juga berkaitan dengan kemampuan teknologi digital dalam memberikan akses informasi yang luas kepada konsumen. Melalui platform *e-commerce*, pengguna dapat dengan mudah melihat berbagai jenis produk, membandingkan harga, serta mengetahui spesifikasi produk yang akan dibeli. Hal ini membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadillah et al., 2024) yang menyatakan bahwa faktor *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian melalui *online shopping*. Ketika konsumen merasa bahwa sistem transaksi mudah digunakan, maka mereka akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian secara *online*.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Thalia et al., 2024) juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem digital dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Kemudahan tersebut membuat konsumen merasa lebih nyaman dalam menggunakan platform *online shopping* karena proses

transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan efisien.

Selain kemudahan dalam proses transaksi, informan lain seperti Ridho dan Dian juga menyampaikan bahwa keberadaan fitur ulasan produk dan rating toko sangat membantu mereka dalam menentukan keputusan pembelian. Melalui fitur tersebut, konsumen dapat mengetahui pengalaman pembeli lain terhadap produk maupun layanan yang diberikan oleh penjual.

Fitur review dan rating memberikan informasi yang lebih transparan mengenai kualitas produk serta reputasi penjual. Informasi tersebut dapat membantu konsumen dalam menilai apakah suatu produk layak untuk dibeli atau tidak. Dengan adanya informasi dari pengguna lain, konsumen dapat meminimalkan risiko kesalahan dalam memilih produk.

Keberadaan fitur review dan rating juga memberikan pengalaman belanja yang lebih informatif bagi konsumen. Melalui fitur tersebut, konsumen tidak hanya memperoleh informasi mengenai kualitas produk, tetapi juga dapat mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebelumnya. Informasi tersebut menjadi bahan pertimbangan penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, sehingga proses transaksi yang dilakukan menjadi lebih rasional dan terarah. Hal ini sejalan dengan penelitian (Syaharani et al., 2025) yang menyatakan bahwa kemudahan akses informasi dalam platform *e-commerce* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara *online*.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi juga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi secara *online*. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan kemudahan dalam proses pembelian, tetapi juga mempertimbangkan ketersediaan informasi yang dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan pembelian secara lebih rasional.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utaminingsih & Sumiyati, 2024) yang menyatakan bahwa kemudahan akses informasi dalam platform *e-commerce* dapat meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan layanan tersebut. Ketika konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai produk yang akan dibeli, maka tingkat kepercayaan mereka terhadap platform *e-commerce* juga akan meningkat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi merupakan faktor yang sangat penting dalam mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan *e-*

*commerce*. Kemudahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan proses transaksi yang cepat dan praktis, tetapi juga berkaitan dengan kemudahan akses informasi produk yang membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian secara lebih rasional.

### **Persepsi Mahasiswa terhadap Keamanan Transaksi dalam Penggunaan *E-Commerce***

Selain faktor kemudahan transaksi, aspek keamanan juga menjadi salah satu faktor penting yang diperhatikan oleh mahasiswa dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Keamanan transaksi berkaitan dengan perlindungan terhadap data pengguna, keamanan sistem pembayaran, serta jaminan bahwa produk yang dibeli akan diterima oleh konsumen sesuai dengan pesanan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap kelima informan penelitian, diketahui bahwa sebagian besar informan merasa cukup aman dalam melakukan transaksi melalui platform *e-commerce*. Hal ini disebabkan karena platform *e-commerce* menyediakan berbagai sistem perlindungan konsumen yang dapat meminimalkan risiko penipuan maupun ketidaksesuaian produk.

Salah satu informan, yaitu Ridho, menjelaskan bahwa sebelum melakukan transaksi ia biasanya terlebih dahulu melihat rating toko serta membaca ulasan dari pembeli lain. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa penjual memiliki reputasi yang baik sehingga produk yang dibeli dapat dipercaya.

“Saya biasanya melihat rating toko dan membaca ulasan dari pembeli lain terlebih dahulu. Kalau ratingnya bagus dan banyak yang memberikan ulasan positif, saya jadi lebih yakin untuk membeli produk tersebut.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informasi dari pengguna lain menjadi salah satu pertimbangan penting bagi mahasiswa dalam menilai tingkat keamanan suatu transaksi. Sistem rating dan review memberikan gambaran mengenai kualitas layanan penjual sehingga dapat membantu konsumen dalam meminimalkan risiko penipuan atau ketidaksesuaian produk.

Selain itu, informan lain seperti Ritta dan Hazel juga menyampaikan bahwa sistem pembayaran pada *e-commerce* memberikan rasa aman bagi konsumen. Dalam sistem transaksi *e-commerce*, dana yang dibayarkan oleh pembeli tidak langsung diterima oleh penjual sebelum barang diterima oleh pembeli.

Salah satu informan menyatakan bahwa:

“Menurut saya transaksi di *e-commerce* cukup aman karena uang kita tidak langsung diberikan kepada penjual sebelum barang diterima. Jadi kalau barang tidak sesuai, kita masih bisa mengajukan komplain.”

Sistem tersebut menunjukkan bahwa platform *e-commerce* menyediakan mekanisme perlindungan konsumen yang memungkinkan pembeli untuk mengajukan komplain apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Fitur ini memberikan jaminan keamanan bagi konsumen sehingga mereka merasa lebih percaya dalam melakukan transaksi secara *online*.

Keamanan transaksi merupakan faktor yang sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap platform digital. Ketika konsumen merasa bahwa sistem transaksi aman dan dapat melindungi kepentingan mereka, maka tingkat kepercayaan terhadap platform *e-commerce* akan meningkat.

Bagi mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang sangat dekat dengan teknologi digital, kesadaran terhadap pentingnya keamanan transaksi juga semakin meningkat. Mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga mempertimbangkan tingkat keamanan platform yang digunakan dalam melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan sistem digital menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Penelitian (Husain et al., 2025) menunjukkan bahwa keamanan transaksi memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan serta loyalitas pengguna dalam memanfaatkan layanan *e-commerce*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyadi & Indrianto, 2025) yang menyatakan bahwa keamanan data menjadi salah satu faktor penentu kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Perlindungan terhadap data pribadi serta keamanan sistem pembayaran dapat meningkatkan rasa percaya konsumen dalam melakukan transaksi digital.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Husain et al., 2025) juga menunjukkan bahwa keamanan transaksi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pengguna dalam menggunakan platform *e-commerce*. Ketika konsumen merasa bahwa sistem transaksi

aman dan dapat melindungi kepentingan mereka, maka mereka akan lebih cenderung untuk terus menggunakan platform tersebut dalam jangka panjang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keamanan transaksi merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi tingkat kepercayaan mahasiswa dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Keamanan sistem pembayaran, transparansi informasi produk, serta perlindungan konsumen menjadi aspek yang dapat meningkatkan rasa aman pengguna dalam melakukan transaksi digital.

### **Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *E-Commerce***

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan penelitian, dapat diketahui bahwa kemudahan transaksi dan keamanan sistem merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Kedua faktor tersebut saling berkaitan dalam membentuk persepsi pengguna terhadap kenyamanan dan kepercayaan dalam melakukan transaksi secara *online*.

Mahasiswa menilai bahwa kemudahan sistem transaksi memberikan efisiensi dalam proses pembelian produk. Proses transaksi yang cepat, praktis, serta dapat dilakukan kapan saja membuat mahasiswa lebih memilih berbelanja melalui platform *e-commerce* dibandingkan dengan metode belanja konvensional.

Selain itu, adanya sistem keamanan seperti perlindungan konsumen, fitur review produk, serta sistem pembayaran yang aman juga membuat mahasiswa merasa lebih percaya dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Kepercayaan tersebut menjadi faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk terus menggunakan platform *e-commerce* dalam aktivitas belanja mereka.

Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam pola perilaku konsumsi masyarakat, khususnya pada generasi Z. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan teknologi digital. Perubahan perilaku konsumsi tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari generasi muda. Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi informasi sehingga mereka lebih terbiasa menggunakan berbagai layanan berbasis digital, termasuk dalam aktivitas

berbelanja. Kemudahan akses internet serta penggunaan *smartphone* yang semakin luas membuat aktivitas belanja *online* menjadi pilihan yang lebih praktis bagi generasi ini. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pascasarjana et al., 2025) yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital dan sistem pembayaran elektronik turut mempengaruhi pola konsumsi generasi muda dalam melakukan transaksi *online*.

Selain itu, perkembangan sistem pembayaran digital, media sosial, serta gaya hidup modern turut mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z dalam melakukan transaksi online. Kemudahan akses teknologi membuat generasi muda lebih terbiasa menggunakan layanan digital dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam kegiatan berbelanja.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Nirmalasari & Basri, 2025) juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital seperti *e-wallet* dan sistem pembayaran non-tunai telah meningkatkan aktivitas konsumsi generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi digital tidak hanya mempengaruhi cara konsumen berbelanja, tetapi juga membentuk pola perilaku konsumsi yang baru dalam masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap kemudahan dan keamanan transaksi memiliki peran penting dalam membentuk minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Kemudahan sistem transaksi memberikan efisiensi dalam proses pembelian, sementara keamanan sistem meningkatkan kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi digital. Kedua faktor tersebut menjadi elemen penting yang mendorong generasi Z untuk terus memanfaatkan layanan *e-commerce* dalam aktivitas belanja mereka.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi Generasi Z terhadap kemudahan transaksi dan keamanan dalam penggunaan *e-commerce*, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* memberikan berbagai kemudahan bagi mahasiswa dalam melakukan aktivitas belanja secara *online*. Mahasiswa menilai bahwa proses transaksi pada platform *e-commerce* sangat praktis karena pengguna dapat dengan mudah mencari produk, memilih metode pembayaran, serta melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Kemudahan penggunaan aplikasi, tampilan yang sederhana, serta fitur pencarian produk yang lengkap menjadi faktor utama yang membuat Generasi Z merasa nyaman menggunakan *e-commerce* dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Selain faktor kemudahan, keamanan transaksi juga menjadi aspek penting yang mempengaruhi kepercayaan mahasiswa dalam menggunakan *e-commerce*. Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa merasa cukup aman melakukan transaksi karena adanya sistem perlindungan konsumen, fitur ulasan produk, serta rating toko yang membantu mereka dalam menilai reputasi penjual. Selain itu, sistem pembayaran yang menahan dana hingga barang diterima oleh pembeli memberikan jaminan keamanan yang meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap transaksi yang dilakukan.

Secara keseluruhan, kemudahan transaksi dan keamanan sistem memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-commerce*. Kedua faktor tersebut memberikan kenyamanan dan rasa percaya bagi pengguna sehingga mendorong Generasi Z untuk lebih aktif memanfaatkan platform digital dalam aktivitas belanja. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sistem, baik dari segi kemudahan penggunaan maupun keamanan transaksi, menjadi hal yang penting bagi pengelola platform *e-commerce* agar dapat mempertahankan kepercayaan serta meningkatkan minat pengguna, khususnya dari kalangan Generasi Z.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Acceptance, C., The, O. F., Of, U. S. E., & Intelligence, A. (2021). *CONSUMER ACCEPTANCE OF THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE*. 23(56), 155–173.  
<https://doi.org/10.24818/EA/2021/56/155>
- Boréus, K. (2017). *ANALYZING TEXT and DISCOURSE Eight Approaches for the Social Sciences*.
- Cahyadi, D., & Indrianto, A. P. (2025). Peran Information Security Awareness Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Di E-Commerce. *Ipsikom*, 13(1), 97–103.  
<https://doi.org/10.58217/ipsikom.v13i1.47>
- Cahyadi1, D., , Anggraeni Pratama Indrianto2\*, D. T. R., & Ningsih4. (2025). *Peran Information Security Awareness terhadap Kepercayaan Konsumen dalam*. 13(1).
- Fadillah, S., Septiani, N., & Janah, N. R. (2024). The Influence of Perceived Ease of Use on Online Purchasing Decisions on E-Commerce Shopee in Solokanjeruk District, Bandung Regency. *Journal of Business and Management Inaba*, 3(01), 1–10.  
<https://doi.org/10.56956/jbmi.v3i01.253>

- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2024). *Consumer Behavior Generasi Z : Aspek E-wallet dan Financial Literacy*. 4(November), 34–41.
- Husain, F., Mansyur, S., Harris, S. N., Ardilla, F., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Makassar, U. N. (2025). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi pada Platform E-Commerce Shopee*. 2(2), 3530–3545.
- Irsyad, M. (2023). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED SECURITY , DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP CONTINUANCE INTENTION*. 02(4), 932–943.
- Khairani, Z. (2025). *Pengaruh Perceived Ease Of Use , Fianancial Literacy Terhadap Keputusan Belanja Online Shopping dengan Islamic Lifestyle sebagai Faktor Pemoderasi*. 6(1), 84–95.
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN*. 6(1), 33–39.
- Nirmalasari, S., & Basri, J. (2025). *Jaman : Jurnal Mahasiswa Manajemen PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET TERHADAP POLA KONSUMSI GENERASI Z DI INDONESIA THE EFFECT OF E-WALLET USE ON GENERATION Z CONSUMPTION PATTERNS IN INDONESIA*. Q, 50(1), 50–61.
- Panjaitan, F., Erick, K., Naibaho, T., & Damanik, H. M. (2025). *Peran Pembayaran Digital , Media Sosial , dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan*. 8(5), 575–583.
- Pascasarjana, S., Ibn, U., & Bogor, K. (2025). *anajemen (E*. 16(3), 723–735. <https://doi.org/10.32832/jmuika.v16i3.19235>
- Qomarudin, R. W., & Fadhillah, H. N. (2025). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED USEFULNESS , DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA TOKOPEDIA*. 14(03), 1559–1574.
- Safarudin, R., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). *Penelitian Kualitatif*. 3, 9680–9694.
- Shindi Nirmalasari1), J. B. (2025). *Jaman : Jurnal Mahasiswa Manajemen THE EFFECT OF E- WALLET USE ON GENERATION Z CONSUMPTION Jaman : Jurnal Mahasiswa Manajemen*. 2(1), 50–61.

- Surbakti, S. B., & Hendra, V. I. (2025). “ *Keamanan Data sebagai Faktor Penentu Kepercayaan Konsumen dalam E-Commerce .*” 1.
- Syahrani, S. A., Putri, N. E., & Maleha, N. Y. (2025). *Peran Kemudahan Akses , Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Dalam Penggunaan E-Commerce.* 3(2).
- Thalia, D., Aliya, S., Gunarto, M., & Helmi, S. (2024). The Influence of Employee Engagement and Work Environment on Employee Performance at PT. Agronusa Alam Perkasa. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 2278–2290. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Tri, D., & Dermawan, B. (2023). *E-Commerce : Definisi , Perkembangan Dan Hukum Dalam Pandangan Agama Islam.* 29(1).
- Tuffahati, N. N., & Nugraha, J. (2021). the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Google Classroom Against Learning Motivation. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 12(1), 19. <https://doi.org/10.56327/jurnaltam.v12i1.1005>
- Utaminingsih, F., & Sumiyati. (2024). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Trust and Repeat Purchase Interest in Omnichannel Retailing. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 20(4), 917–926. <https://doi.org/10.30872/jinv.v20i4.2414>