

Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Pada Aplikasi Traveloka Di Kota Batam

The Influence Of Security And Ease Of Use On Airline Ticket Purchase Decisions Through The Traveloka Application In Batam City

Kristina Puja^{a*}, Muhammad Haldy^b

Universitas Putera Batam^{a,b}

^a kristinapuja18249@gmail.com, ^b muhammad.haldy@puterabatam.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of security and ease of use on airline ticket purchase decisions through the Traveloka application in Batam City. The rapid development of digital technology has increased people's reliance on online travel service applications, making transaction security and ease of use important factors influencing purchase decisions. This study employed a quantitative research approach by distributing questionnaires to Traveloka users in Batam City who had previously purchased airline tickets through the application. The collected data were analyzed using multiple linear regression to examine the effect of each independent variable on purchase decisions. The findings reveal that security has a positive and significant effect on purchase decisions, as reflected in users' trust in the protection of personal data and the security of the payment system. Ease of use also has a positive and significant effect, demonstrated by the application's user-friendly navigation, fast access, and convenient booking process. Simultaneously, both security and ease of use make a significant contribution to airline ticket purchase decisions through the Traveloka application in Batam City. These findings highlight the importance of continuously enhancing security features and improving ease of use to maintain customer satisfaction and strengthen user loyalty.

Keywords: Security; Ease of Use; Purchase Decision.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui aplikasi Traveloka di Kota Batam. Perkembangan teknologi digital membuat masyarakat semakin bergantung pada aplikasi layanan perjalanan, sehingga faktor keamanan transaksi dan kemudahan penggunaan menjadi aspek penting dalam menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada pengguna Traveloka di Kota Batam yang pernah melakukan pembelian tiket pesawat. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang tercermin dari kepercayaan pengguna terhadap perlindungan data pribadi dan keamanan sistem pembayaran. Kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan, ditunjukkan oleh kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan akses, serta proses pemesanan yang praktis. Secara simultan, kedua variabel memberikan kontribusi kuat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat pada Traveloka di Kota Batam. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan fitur keamanan dan kemudahan untuk mempertahankan kepuasan serta loyalitas pengguna.

Kata kunci: Keamanan; Kemudahan; Keputusan Pembelian.

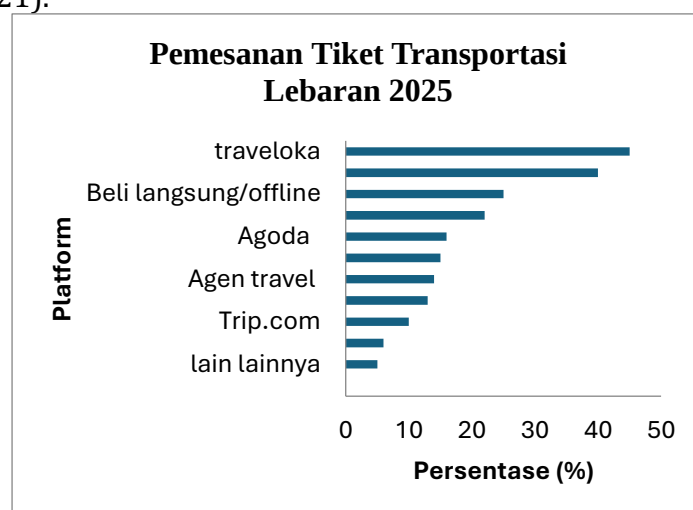
1. Pendahuluan

Era globalisasi saat ini ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi. Individu, kelompok, maupun antarnegara saling berinteraksi, bergantung, dan memengaruhi satu sama lain. Kebutuhan terhadap teknologi dan informasi menjadi hal yang sangat penting serta menjadi prioritas utama. Akses terhadap teknologi dan informasi juga semakin mudah diperoleh melalui berbagai media, baik media massa maupun media cetak seperti koran, majalah, radio, televisi, hingga media

digital yang memungkinkan informasi dapat diakses tanpa batas melalui internet (Senkey et al., 2022).

Teknologi internet membawa pengaruh besar terhadap berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam hal bisnis dan pemasaran. Luasnya jangkauan internet dimanfaatkan oleh banyak pihak sebagai sarana untuk menjalankan aktivitas bisnis dan strategi pemasaran. Dengan terus meningkatnya jumlah pengguna internet, berbagai media menjadi pasar yang sangat potensial bagi para pelaku usaha. Oleh sebab itu, baik individu maupun perusahaan kini banyak yang menggunakan internet sebagai alat untuk mengembangkan dan memperluas usaha (Suryana, 2022). Ketersediaan jaringan internet yang memadai dan semakin mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat telah mendorong peningkatan jumlah pengguna internet yang terus bertambah di seluruh wilayah Indonesia (Syarifuddin, 2022)

Pesatnya pertumbuhan e-commerce membuka peluang besar bagi perusahaan untuk memasarkan produk dan layanan secara online. Penjualan melalui platform digital dinilai lebih efektif dan efisien, serta mampu mendorong peningkatan keuntungan. Salah satu sektor yang banyak memanfaatkan sistem daring adalah penjualan tiket pesawat. Seiring dengan meningkatnya permintaan pembelian tiket secara online, Traveloka hadir sebagai salah satu perusahaan yang melihat peluang ini dan fokus menyediakan layanan pemesanan tiket secara digital (Damayanti & Sudarmanto, 2021).



Gambar 1. Pemesanan Tiket Transportasi Lebaran 2025

Berdasarkan gambar diatas, traveloka menjadi platform paling populer yang digunakan oleh masyarakat untuk pemesanan tiket transportasi mudik Lebaran 2025, dengan tingkat penggunaan sebesar 45%. Tiket.com menyusul di posisi kedua dengan 40%, diikuti oleh metode pembelian langsung/offline sebesar 25%, serta aplikasi KAI/Whoosh dan sejenisnya sebesar 22%. Sementara itu, platform lainnya seperti Agoda (16%), situs web umum (15%), agen travel (14%), Booking.com (13%), Trip.com (10%), dan Nusatirtip (6%) menunjukkan angka penggunaan yang lebih rendah. Temuan ini menegaskan bahwa traveloka masih menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi pembelian tiket secara online.

Keputusan pembelian konsumen menjadi aspek penting yang harus dianalisis, termasuk bagi Traveloka, untuk memahami faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam memilih layanan pemesanan tiket secara online. Dalam proses pembelian, konsumen melakukan tindakan memilih dan membeli produk yang

dianggap sesuai dengan kebutuhannya. Proses ini melibatkan pemilihan dari berbagai alternatif yang dianggap mampu menyelesaikan kebutuhan atau permasalahan tertentu, disertai dengan tindakan nyata. Setelah mempertimbangkan pilihannya, konsumen akan melakukan evaluasi dan menentukan langkah selanjutnya berdasarkan pertimbangannya tersebut (Wulandari et al., 2025).

Keputusan pembelian terbentuk melalui tahapan yang diawali dari pencarian hingga penilaian terhadap pilihan yang tersedia. Konsumen hanya bisa membuat keputusan jika ada lebih dari satu alternatif yang bisa dibandingkan, seperti dijelaskan oleh (Putri & Marlien, 2022). Berdasarkan uraian di atas, keputusan pembelian merupakan hasil dari proses pencarian dan evaluasi berbagai pilihan. Konsumen memilih produk atau layanan berdasarkan pertimbangan rasional yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan. Dalam konteks platform digital seperti Traveloka, keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama keamanan dan kemudahan.

Selama proses transaksi, keamanan diperlukan agar data tetap terlindungi dan tidak disalahgunakan. Ketika infrastruktur keamanan dalam e-commerce lemah, potensi terjadinya kejahatan digital seperti penipuan, pencurian identitas, hingga penyalahgunaan kartu kredit semakin tinggi digital (Damayanti & Sudarmanto, 2021). Keamanan sangat penting untuk membangun kepercayaan pengguna. Jika sistem tidak mampu melindungi data dengan baik, risiko penipuan dan penyalahgunaan informasi akan meningkat, sehingga membuat konsumen ragu untuk kembali menggunakan platform tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda terkait pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian (Adelia et al., 2023) menemukan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh (Napitupulu & Supriyono, 2022) di mana keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian. Keamanan menjadi aspek penting dalam proses pembelian tiket pesawat secara online. Namun, selain keamanan, konsumen juga sangat memperhatikan tingkat kemudahan.

Kemudahan menjadi salah satu faktor utama karena sistem informasi seharusnya dapat digunakan semudah mungkin tanpa proses yang memberatkan penggunaannya. Pengguna mempercayai bahwa sistem yang mudah dipahami, fleksibel, dan mudah dioperasikan mencerminkan karakteristik kemudahan penggunaan (Sartika, 2021). Penelitian oleh (Pandiangan et al., 2025), Kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh (Zahroh et al., 2023), yang menyimpulkan bahwa kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan tabel di atas, tahun 2024 adanya peretasan akun PayLater yang digunakan untuk transaksi senilai Rp26 juta guna pembelian tiket pesawat sebanyak lima kali tanpa seizin pemilik akun. Selain itu, terdapat laporan lain mengenai akses tidak sah ke akun PayLater, di mana pihak penyedia layanan dinilai lambat dalam menangani kasus tersebut sehingga pengguna tetap harus menanggung tagihan yang bukan miliknya. Tahun 2025, muncul kebocoran data pribadi pengguna yang terjadi setelah proses pendaftaran akun PayLater, menandakan lemahnya sistem perlindungan data konsumen. Kemudian, adanya pengguna melaporkan menerima panggilan spam berulang setelah menggunakan aplikasi, padahal sebelumnya tidak pernah mengalami hal tersebut.

Permasalahan yang dihadapi konsumen terkait aspek keamanan pada aplikasi Traveloka yaitu adanya panggilan spam secara berulang, yang menimbulkan dugaan

kebocoran data pengguna, setelah menggunakan aplikasi. Selain itu, terdapat pula laporan mengenai pembobolan akun pada layanan Traveloka PayLater yang mengakibatkan transaksi ilegal senilai jutaan rupiah tanpa sepengetahuan pemilik akun. Selain itu, terdapat dugaan akses ilegal terhadap akun pengguna, di mana pihak Traveloka terkesan defensif karena tetap meminta konsumen untuk melunasi tagihan meskipun transaksi tersebut bukan dilakukan oleh pemilik akun. Pengguna juga mengeluhkan kebocoran data pribadi setelah melakukan sign up pada layanan PayLater. Kondisi tersebut menimbulkan persepsi bahwa sistem keamanan Traveloka masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan rasa aman bagi penggunanya. Selain masalah keamanan, konsumen juga mengalami kendala dalam hal kemudahan. Berikut disajikan data keluhan konsumen terkait kemudahan Traveloka.

Permasalahan yang dihadapi konsumen terkait aspek kemudahan pada aplikasi Traveloka yaitu, aplikasi yang tidak dapat digunakan meskipun koneksi internet lancar, menunjukkan bahwa sistem sering mengalami gangguan. Selain itu, proses reschedule tiket dinilai rumit karena pengguna harus menanggung biaya tambahan akibat kesalahan sistem serta kurangnya kejelasan dalam pengembalian dana. Fitur refund dan reschedule juga tidak berfungsi sebagaimana mestinya sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengguna. Bahkan, terdapat pengguna yang tidak menerima tiket meskipun sudah melakukan pembayaran. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Traveloka masih menghadapi hambatan dalam aspek kemudahan. Untuk memperkuat pembahasan ini, berikut disajikan hasil penelitian terdahulu yang meneliti hubungan antara keamanan, kemudahan, dan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian oleh (Suryana, 2022), berjudul “The Effect of Security and Ease of Transaction on Purchase Decisions at JD.ID” menganalisis pengaruh keamanan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian konsumen JD.ID. Dengan melibatkan 100 responden mahasiswa di Bandung, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keamanan dan kemudahan masih rendah, di mana konsumen belum merasa aman terhadap perlindungan data pribadi dan masih menemui kendala saat bertransaksi. Analisis regresi menunjukkan kedua faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi 77,9%, dan keamanan menjadi faktor yang paling dominan.

2. Metode

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh sebab dan akibat antara variabel independen dan variabel dependen yang diteliti (Saripudin & Faihaputri, 2021). Gambar diatas menggambarkan tahapan dalam desain penelitian yang menunjukkan alur sistematis dari awal hingga akhir proses penelitian. Penelitian dimulai dengan identifikasi masalah, yaitu proses menemukan dan memahami permasalahan yang akan diteliti berdasarkan fenomena yang terjadi. Setelah itu, peneliti menyusun rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan yang jelas dan terarah agar penelitian memiliki fokus yang spesifik. Tahap berikutnya adalah kajian teori, di mana peneliti mengumpulkan teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu sebagai landasan ilmiah.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Traveloka di Kota Batam yang telah melakukan pembelian tiket pesawat secara online. Jenis populasi ini termasuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya, karena secara praktis peneliti

tidak dapat mengidentifikasi secara pasti jumlah keseluruhan individu yang memenuhi kriteria tersebut. Ketidakpastian ini disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap data internal Traveloka yang bersifat rahasia dan selalu berubah, sehingga jumlah pasti dari populasi target tidak dapat ditentukan secara empiris. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 204 responden.

3. Hasil Dan Pembahasan

Uji validitas data

Tabel 1. Uji Validitas Keamanan

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1_1	0,762	0,138	Valid
X1_2	0,736	0,138	Valid
X1_3	0,847	0,138	Valid
X1_4	0,744	0,138	Valid
X1_5	0,675	0,138	Valid
X1_6	0,847	0,138	Valid

Berdasarkan tabel tersebut, nilai rhitung tercatat lebih tinggi dibandingkan rtabel. Dengan hasil ini, seluruh item pada variabel keamanan (X1) dinyatakan valid dan layak. Berdasarkan data kuesioner yang terkumpul, peneliti melakukan uji validitas pada variabel kemudahan (X2) menggunakan SPSS versi 25 dan memperoleh hasil seperti pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Validitas Kemudahan

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2_1	0,678	0,138	Valid
X2_2	0,756	0,138	Valid
X2_3	0,686	0,138	Valid
X2_4	0,746	0,138	Valid
X2_5	0,822	0,138	Valid
X2_6	0,783	0,138	Valid
X2_7	0,822	0,138	Valid
X2_8	0,783	0,138	Valid

Berdasarkan tabel tersebut, nilai rhitung tercatat lebih tinggi dibandingkan rtabel. Dengan hasil ini, seluruh item pada variabel keamanan (X1) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Berdasarkan data kuesioner yang terkumpul, peneliti melakukan uji validitas pada variabel keputusan pembelian (Y) menggunakan SPSS versi 25 dan memperoleh hasil seperti pada tabel berikut.

Tabel 3. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y_1	0,757	0,138	Valid
Y_2	0,757	0,138	Valid
Y_3	0,709	0,138	Valid
Y_4	0,775	0,138	Valid
Y_5	0,725	0,138	Valid
Y_6	0,826	0,138	Valid
Y_7	0,674	0,138	Valid

Y_8	0,826	0,138	Valid
-----	-------	-------	-------

Berdasarkan tabel tersebut, nilai rhitung tercatat lebih tinggi dibandingkan rtabel. Dengan hasil ini, seluruh item pada variable keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reabilitas

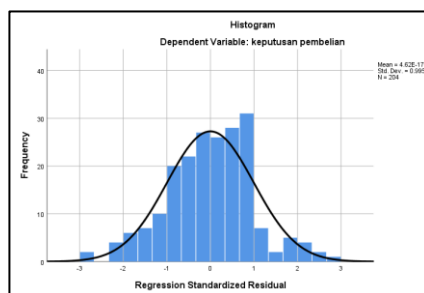
Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
Keamanan	0,860	6	reliabel
kemudahan	0,895	8	reliabel
Keputusan pembelian	0,893	8	reliabel

Berdasarkan tabel diatas nilai Cronbach's Alpha untuk variabel keamanan sebesar 0,860, variable kemudahan sebesar 0,895, dan variabel keputusan pembelian sebesar 0,893. Seluruh nilai berada di atas 0,7 sehingga ketiga instrumen dinyatakan reliabel.

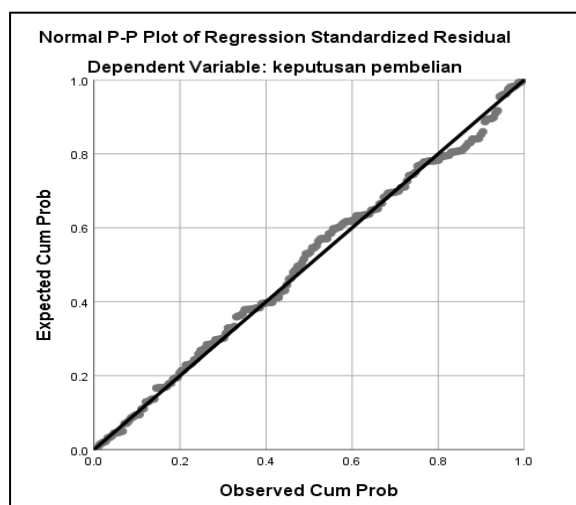
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 3. Diagram Histogram

Pada gambar tampak bahwa grafik membentuk kurva menyerupai lonceng dengan garis-garis yang mengikuti pola distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah terdistribusi secara normal. Pengujian normalitas selanjutnya dilakukan dengan menggunakan P-P Plot of Regression Standardized Residual.



Gambar 4. P-P Plot

Sesuai dengan Gambar, titik-titik data tampak tersebar di sekitar garis diagonal, menandakan bahwa data berdistribusi normal. Untuk memperkuat hasil tersebut, dilakukan pula uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov satu sampel melalui SPSS versi 25

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized residual
N		204
Normal parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3.82671015
	Absolute	0.055
Most Extreme Differences	Positive	0.055
	Negative	-0.046
Test Statistic		0.055
Asymp. Sig (2-tailed)		.200 c.d

Test distribution is Normal.

Calculated from data.

Lilliefors Significance Correction.

This is a lower bound of the true significance

Berdasarkan tabel, hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov satu sampel menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang melebihi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas.

Coefficientsa			
No	Model	Colinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Keamanan	0.738	1.355
2	Kemudahan	0.738	1.355

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, variabel keamanan dan kemudahan menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,738 serta nilai VIF sebesar 1,355. Kedua nilai tersebut masih berada dalam rentang yang dapat diterima, yaitu Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF berada di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen dalam model regresi tidak ditemukan adanya indikasi multikolinearitas.

Uji Heteroskedasitas

Tabel 7. Uji Glejser

Model	Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1 (Constan)	6,265	0,957		6,549	0,000
Keamanan	-0,076	0,041	-0,150	1,877	0,062

Kemudahan	-0,044	0,029	-0,120	-	1,502	0,135
-----------	--------	-------	--------	---	-------	-------

Dependent Variabel: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji Glejser, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,062 untuk variabel keamanan dan 0,135 untuk variabel kemudahan. Kedua nilai tersebut berada di atas tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas.

Uji Pengaruh

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,603	1,620		0,372	0,710
I Keamanan	0,663	0,069	0,456	9,658	0,000
Kemudahan	0,505	0,049	0,486	10,295	0,000

Dependent Variabel: keputusan pembelian

Mengacu pada Tabel yang disajikan, persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 0,603 + 0,663X_1 + 0,505X_2 + e$$

1. Konstanta (Constant) = 0,603

Nilai konstanta sebesar 0,603 mengindikasikan bahwa ketika seluruh variabel independen, yaitu keamanan dan kemudahan, berada pada nilai nol, maka keputusan pembelian berada pada angka 0,603. Dengan kata lain, tanpa adanya kontribusi dari kedua variabel tersebut, tingkat keputusan pembelian tetap berada pada nilai dasar tersebut

2. Koefisien Keamanan (X_1) = 0,663

Koefisien regresi sebesar 0,663 berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel keamanan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,663 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan pembelian.

3. Koefisien Kemudahan (X_2) = 0,505

Koefisien regresi sebesar 0,505 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel kemudahan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,505 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin mudah suatu produk atau layanan digunakan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)**Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error the Estimate
1	0,819a	0,670	0,735	3,84570

Predictors: (Constant), kemudahan, keamanan

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel, nilai koefisien R² tercatat sebesar 0,670 atau 67,0%. Dengan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan dan kemudahan memiliki pengaruh sebesar 67,0% terhadap keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, sekitar 33,0% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis**Uji t (uji parsial)****Tabel 10. Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	0,603	1,620		0,372	0,710
I Keamanan	0,663	0,069	0,456	9,658	0,000
Kemudahan	0,505	0,049	0,486	10,295	0,000

Dependent Variabel: keputusan pembelian

1. Variabel keamanan memiliki thitung sebesar 9,658, yang lebih besar dari ttabel (9,658 > 1,972) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H1 diterima, yang berarti bahwa peningkatan pada variabel keamanan akan secara signifikan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Variabel kemudahan memiliki thitung sebesar 10,295 lebih besar dari ttabel 1,972 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen, maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.

Uji F (Uji Simultan)**Tabel 11. Uji F**

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression		6034,630	2	3017,340	204,020	0,000b
Residual		2972,673	201	14,789		
Total		9007,353	203			

Dependen variabel: Keputusan Pembelian

Predictors: (Constant), kemudahan, keamanan

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan pada tabel 4.18, terlihat bahwa nilai Fhitung sebesar 204,020 dengan signifikansi 0,000. Karena Fhitung (204,020) jauh lebih besar dari Ftabel (3,04) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat

disimpulkan bahwa model regresi secara simultan signifikan. Maka H3 diterima. Artinya, variabel keamanan dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa variabel keamanan memiliki thitung sebesar 9,658 lebih besar dari ttabel 1,972, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H1 diterima dan H0 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adelia et al., 2023) dan (Dewi & Suardika, 2021), yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel kemudahan menunjukkan nilai thitung sebesar 10,295 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,972, serta memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H2 diterima dan H0 ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa semakin besar tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pandiangan et al., 2025) dan (Sartika, 2021) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa keamanan dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di Kota Batam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung sebesar 204,020 yang lebih tinggi daripada Ftabel sebesar 3,04, dengan nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,670 atau 67,0%. Artinya, variabel keamanan dan kemudahan secara bersama-sama mampu menjelaskan 67,0% variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya 33,0 % dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa keamanan dan kemudahan memberikan pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keamanan memiliki peran penting dalam mendorong keputusan pembelian tiket pesawat melalui aplikasi Traveloka di Kota Batam. Keamanan yang dirasakan pengguna mampu meningkatkan rasa percaya sehingga mereka lebih yakin untuk melakukan transaksi. Kemudahan juga terbukti menjadi faktor yang sangat berpengaruh. Proses pemesanan yang sederhana, akses yang cepat, serta tampilan aplikasi yang mudah digunakan menjadikan pengguna lebih cenderung memilih Traveloka sebagai platform pembelian tiket pesawat. Secara keseluruhan, kedua variabel, keamanan dan kemudahan, bekerja secara bersama-sama dalam meningkatkan keputusan pembelian. Kombinasi rasa aman dalam bertransaksi dan kemudahan dalam

penggunaan aplikasi menjadikan Traveloka lebih dipercaya dan dipilih oleh masyarakat Kota Batam untuk membeli tiket pesawat.

5. Daftar Pustaka

- Adelia, M., Robyardi, E., Iswan, J., & Kurniawan, M. (2023). Analisis fasilitas, keamanan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian perumahan di PT Arumi Graha Cipta Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi*, 5(1).
- Angraeni, N. L. A., Made, S. I., & Rieka, W. Y. (2024). Analisis online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian Shopee. *Waisya*, 3(2), 148–162.
- Ambarita, R., & Siagian, M. (2024). Pengaruh kepercayaan konsumen, keamanan, dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang Lazada. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 435–447.
- Amaliah, T. B. A. (2024). Kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian Shopee PayLater. *Proceedings*, 219–227.
- Ashari, H., & Chairiyaton. (2025). Pengaruh online customer rating dan customer reviews terhadap keputusan pembelian Shopee. *Journal Inovasi Bisnis*, 3(1), 69–84.
- Dasser, A. M., Lucky, L. O. H., & Loindong, S. S. R. L. (2024). Pengaruh corporate reputation dan keamanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia yang dimediasi trust. *Jurnal EMBA*, 12(3), 400–411.
- Databoks. (2025). *Pesan tiket mudik Lebaran 2025 secara online*.
- Dermawan, K. A. K., Nasution, S. H., & Rachayudiza, A. (2024). Evaluasi validitas program digital dengan skala Likert. *ESIT*, 19(3).
- Fahrezi, D. H. A. (2024). Pengaruh influencer dan kemudahan transaksi terhadap keputusan toko online. *Digital Bisnis*, 3(1), 147–166.
- Juatri, S., Ridhwan, & Amri, A. D. (2024). Manfaat dan keamanan penggunaan DANA. *JSE*, 6(1).
- Kharunnisa, D., Hinggo, H. T., & Hardilawati, W. L. (2025). Pengaruh keragaman produk, keamanan, dan persepsi risiko terhadap minat beli Blibli. *JIMM EMBA*, 4(1), 977–990.
- Kurniati, F., & Sianturi, M. (2025). Pengaruh kemudahan dan keamanan layanan Alfagift. *Jurnal Manajemen Retail*, 1(2), 62–72.
- Nazara, I. (2024). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Lazada Batam. *AJSH*, 4(2).
- Pandiangan, M. M., Sihombing, N. E., & Degodona, L. P. (2025). Kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan TikTok Shop. *Jurnal Bisnis & Komunikasi*, 12(1), 122–132.
- Prastowo, S. L., Djaenudin, E. M., & Apiyanti, N. V. (2023). E-promotion, pelayanan, kemudahan, dan electronic word of mouth (e-WOM) terhadap keputusan pembelian Lazada. *Ecodemica*, 7(1), 130–141.
- Pratama, A. M., Syaiful, M., & Rahman, M. F. (2024). *Keamanan data dan informasi*. Kaizen.