

Pengaruh Perlindungan Data dan Kesadaran Cyber Security Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas PGRI Palembang)

Elvino Brilliant¹, Adie Kurbani¹, Ninin Non Ayu Salmah¹
Universitas PGRI Palembang, Sumatra Selatan, Indonesia

Corresponding author e-mail: elvinobrilliant@gmail.com

Article History: Received on 10 June 2025, Revised on 25 July 2025,
Published on 27 December 2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perlindungan data dan kesadaran keamanan siber terhadap loyalitas pengguna terhadap Shopee, platform e-commerce yang banyak digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang. Di era digitalisasi, keamanan transaksi online dan perlindungan data pribadi menjadi semakin penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. Pendekatan kuantitatif melalui survei digunakan dalam teknik penelitian ini melalui Kuesioner diberikan kepada 89 siswa aktif responden Responden adalah individu yang telah melakukan transaksi di Shopee minimal tiga kali. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 24. Ditemukan bahwa perlindungan data menunjukkan pengaruh positif yang signifikan pada loyalitas pengguna. Demikian pula, kesadaran keamanan siber juga menunjukkan efek positif yang signifikan pada loyalitas. Secara bersamaan, kedua variabel ini berkontribusi 52,4% terhadap variasi loyalitas pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna cenderung tetap setia pada platform digital yang menjamin perlindungan data pribadi mereka dan memberikan rasa keamanan digital. Studi ini merekomendasikan agar Shopee lebih memperkuat fitur keamanannya dan melakukan kampanye edukasi tentang keamanan digital untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna.

Kata Kunci: E-Commerce Shopee, Kesadaran Keamanan Siber, Loyalitas Pengguna, Perlindungan Data

Abstract: This research aims to analyze the effect of data protection and cyber security awareness on user loyalty towards Shopee, an e-commerce platform widely used by students at the Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Palembang. In era digitalization, online transaction security and personal data protection are becoming increasingly important for maintaining consumer trust. A quantitative approach through survey was utilized in this study techniques through Questionnaires were administered to 89 respondents' active students The respondents were individuals who had conducted transactions on Shopee at least three times. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS

version 24. It was found that data protection demonstrates a significant positive influence on user loyalty. Likewise, cyber security awareness also demonstrates a significant positive effect on loyalty. Simultaneously, these two variables contribute 52.4% to the variation in user loyalty. These findings indicate that users tend to remain loyal to digital platforms that guarantee the protection of their personal data and provide a sense of digital security. This study recommends that Shopee further strengthen its security features and conduct educational campaigns on digital security to improve user confidence and loyalty.

Keywords: Cyber Security Awareness, Data Protection, E-Commerce Shopee, User Loyalty

A. Pendahuluan

Di era digital yang semakin berkembang pesat, penggunaan *platform e-commerce* seperti Shopee sudah melekat dalam aktivitas sehari-hari, khususnya untuk mahasiswa. Kemudahan dalam bertransaksi, berbagai pilihan produk, serta promo menarik mendorong Shopee untuk tampil sebagai salah satu *e-commerce* yang paling digemari. Namun, semua kemudahan tersebut, isu perlindungan data dan keamanan siber semakin menjadi perhatian, terutama terkait bagaimana pengguna dapat merasa aman dalam bertransaksi secara online.

Perlindungan data pribadi pengguna menjadi aspek krusial dalam menjaga kepercayaan mereka terhadap suatu *platform* digital. Kebocoran data, penyalahgunaan informasi pribadi, dan serangan siber dapat berdampak negatif pada loyalitas pemakai. Meningkatnya kualitas perlindungan data yang disediakan oleh *platform*, semakin kuat juga rasa aman yang dirasakan oleh pengguna, yang pada akhirnya dapat memengaruhi loyalitas mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Selain itu, kesadaran pengguna terhadap keamanan siber juga memiliki peran penting. Pengguna yang lebih sadar akan pentingnya keamanan digital cenderung lebih selektif dalam memilih *platform* yang dapat menjamin perlindungan data mereka.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang menjadi kelompok menarik untuk diteliti karena mereka merupakan pengguna aktif *platform e-commerce* sekaligus memiliki tingkat pemahaman yang beragam mengenai keamanan siber. Di era digital saat ini, hampir semua aktivitas manusia terhubung dengan teknologi, mulai dari komunikasi, pendidikan, hingga transaksi jual beli secara online. Salah satu kemajuan yang paling pesat adalah munculnya berbagai *platform e-commerce* yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja hanya melalui genggaman tangan. Namun, kemudahan ini juga membawa risiko baru, yaitu ancaman kejahatan siber yang semakin marak terjadi. Mulai dari pencurian data pribadi, pembajakan akun, hingga penipuan online menjadi masalah yang sering muncul.

Masih banyak pengguna yang masih kurang memiliki pemahaman penuh terhadap urgensi menjaga keamanan data pribadi mereka. Banyak dari mereka yang masih memakai *password* yang tidak kuat serta menyebarkan data pribadi tanpa pertimbangan, atau tidak mengerti cara-cara melindungi akun mereka dari ancaman siber. Hal ini membuat mereka rentan menjadi korban kejahatan digital.

Fenomena rendahnya kesadaran keamanan siber ini sangat terlihat terutama di kalangan mahasiswa yang sehari-hari aktif menggunakan internet dan aplikasi digital. Padahal, dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keamanan siber, mereka dapat lebih terlindungi dan merasa lebih aman dalam menggunakan layanan digital, termasuk *e-commerce*. Kesadaran yang baik juga dapat memengaruhi tingkat loyalitas mereka terhadap *platform* yang dianggap aman dan terpercaya.

Penting untuk mengetahui sejauh mana kesadaran keamanan siber memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan platform digital. Dengan memahami hal ini, diharapkan baik pengguna maupun penyedia layanan dapat lebih memperhatikan aspek keamanan demi menciptakan ekosistem digital yang lebih aman dan nyaman. Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk menelaah sejauh mana perlindungan data dan kesadaran terhadap keamanan siber memengaruhi loyalitas pengguna Shopee di kalangan mahasiswa tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti pengaruh perlindungan data dan kesadaran *cyber security* terhadap loyalitas pengguna. Misalnya, penelitian oleh Tata Arya Cahyaaty, dkk (2024) walau secara tidak eksplisit meneliti pengaruh keamanan data pribadi terhadap loyalitas pengguna, tapi tetepa menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi keamanan dan loyalitas pelanggan di *platform e-commerce* seperti Shopee. Penelitian lain oleh Fazi Irfan Maulana (2022) ditemukan kalau mutu aplikasi serta perlindungan privasi memiliki pengaruh baik dan signifikan pada kepuasan serta kesetiaan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga bertindak sebagai variabel mediasi dalam kaitan antar kualitas aplikasi juga keamanan privasi terhadap loyalitas pengguna. Yuliana, dkk (2020) studi ini membuktikan kalau meskipun keamanan data mempunyai korelasi baik pada persepsi pemakai, tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna. Pengguna lebih mementingkan kenyamanan dan fitur aplikasi. Penelitian lain oleh Nugroho, A. (2019) kesadaran keamanan siber tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna. Konsumen cenderung tidak memahami atau menganggap penting isu keamanan selama transaksi berjalan lancar.

Meski telah dilakukan beberapa penelitian sebelumnya, hubungan antara ketiga variabel tersebut masih belum menunjukkan kejelasan yang konsisten. Padahal, ketiga variabel ini berpotensi menjadi faktor penting dalam peningkatan ketertarikan konsumen untuk membeli. Sehingga, studi ini dilakukan untuk mengkaji lebih dalam

dan memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai keterkaitan antar variabel tersebut.

Melihat pentingnya isu perlindungan data dan kesadaran akan keamanan siber dalam membangun loyalitas pengguna, dengan demikian, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Perlindungan Data dan Kesadaran *Cyber Security* Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas PGRI Palembang).

B. Metode Penelitian

Studi ini memakai pendekatan statistik untuk menguji pengaruh perlindungan data dan kesadaran *cyber security* terhadap loyalitas pengguna shopee. Populasi penelitian berjumlah 799 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang dengan total sampel 89 mahasiswa yang mencakup 42 Lelaki juga 47 Wanita yang datand dari 3 program studi, manajemen, akuntansi, bisnis digital yang sesuai dengan kriteria. Periode pengambilan data berlangsung dari mei 2025 sampai dengan juni 2025, informasi yang dipakai adalah informasi primer yang diperoleh . Metode analisis data yang diterapkan meliputi regresi linear berganda, pengujian t, pengujian F, dan perhitungan koefisien determinasi(R^2).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Normalitas

Berdasarkan temuan penelitian tes coba normalitas, pengujian normalitas dalam studi ini dilakukan memakai metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sehingga model dinyatakan terdistribusi normal jika nilai sig > 0,05. Adapun hasil tes normalitas sebagai berikut.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual 89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,39601580
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,053
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan temuan tes normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, diperoleh jumlah signifikansi (Asymp. Sig.) sebanyak 0,200. Nilai ini

memperlihatkan kalau residual mempunyai sebaran data yang normal secara statistik. Dengan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga model regresi memenuhi syarat untuk diuji dalam penelitian ini pantas untuk dipakai dalam analisis secara mendalam.

Uji Multikolinearitas

Pengkajian multikolinieritas dilaksanakan dengan menganalisis jumlah *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Sebuah model dianggap terbebas dari multikolinieritas jika jumlah VIF < 10 dan jumlah *Tolerance* > 0,10.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Perlindungan Data	,801	1,249
	Kesadaran Cyber Security	,801	1,249

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, semua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi yang digunakan antar variabel bebas, yakni perlindungan data dan kesadaran cyber security. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut dapat dimasukkan secara bersamaan dalam model regresi tanpa menimbulkan masalah terhadap kestabilan atau keakuratan estimasi model.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode *Glejser Test*, di mana residual absolut dari model regresi di regresikan pada variabel independen. Model regresi dianggap bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	10,011	2,114		4,736	,000
	Perlindungan Data	-,084	,052	-,184	-1,609	,111
	Kesadaran Cyber Security	-,087	,050	-,196	-1,721	,089

Nilai signifikansi dari kedua variabel independen Perlindungan Data dan Kesadaran Cyber Security terhadap residual absolut menunjukkan angka >0,05, ialah 0,111 dan

0,089. Maka berarti kalau model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, atau dengan kata lain, varians dari error bersifat konstan pada semua nilai prediksi.

Uji Analisis Linear Berganda

Agar menganalisis dampak beberapa variabel independen pada satu variabel dependen, dipakailah model regresi linear berganda. Dalam kajian ini, analisis dilaksanakan agar mengetahui seperti apa Perlindungan Data (X_1) dan Kesadaran *Cyber Security* (X_2) secara bersamaan berdampak pada Loyalitas Pengguna (Y) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang. mengenai hasil uji analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,656	3,542		1,032	,305
	Perlindungan Data	,519	,087	,494	5,948	,000
	Kesadaran Cyber Security	,357	,084	,352	4,239	,000

Dari analisis data yang tersaji pada tabel sebelumnya, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,656 + 0,519X_1 + 0,357X_2 + e \dots$$

1. Konstanta (*intercept*) berjumlah 3,656 memperlihatkan kalau variabel independen (Perlindungan Data dan Kesadaran *Cyber Security*) nihil atau nol, karna itu besaran Loyalitas Pengguna konstan berjumlah 3,656 satuan.
2. Koefisien regresi Perlindungan Data (X_1) berjumlah 0,519 memperlihatkan kalau kenaikan satu satuan terhadap X_1 maka menyebabkan kenaikan Loyalitas Pengguna sebanyak 0,519 satuan, dengan anggapan variabel lainnya konstan dan sebaliknya.
3. Koefisien regresi Kesadaran *Cyber Security* (X_2) sebanyak 0,357 memperlihatkan kalau kenaikan satu satuan terhadap X_2 maka menyebabkan kenaikan Loyalitas Pengguna sebanyak 0,357 satuan, dengan anggapan variabel lain konstan dan sebaliknya.

Uji t (parsial)

Uji t dipakai agar menguji apakah setiap variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sebuah variabel bebas dikatakan berdampak

secara terpisah apabila besaran signifikansi kurang dari 0,05. Nilai t tabel diperoleh dari tabel dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,656	3,542		1,032	,305
	Perlindungan Data	,519	,087	,494	5,948	,000
	Kesadaran Cyber Security	,357	,084	,352	4,239	,000

Nilai t hitung perlindungan data adalah = 5,948 dan Sig. = 0,000 < 0,05. Berarti, variabel perlindungan data secara terpisah memiliki pengaruh baik dan relevan kepada loyalitas pengguna. Sedangkan Nilai t hitung kesadaran *cyber security* = 4,239 dan Sig. = 0,000 < 0,05. Memperlihatkan kalau kesadaran *cyber security* juga berdampak secara relevan dan positif kepada loyalitas pengguna

Uji F

Uji F dipakai supaya melihat apa benar kedua variabel bebas (X1 dan X2) secara bersamaan berdampak relevan kepada variabel terikat, ialah Loyalitas Pengguna (Y). Model regresi dianggap signifikan secara simultan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Tabel berikut menyajikan hasil uji F:

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1873,449	2	936,724	47,371	,000 ^b
	Residual	1700,596	86	19,774		
	Total	3574,045	88			

Nilai F hitung = 47,371 dan hasil probabilitas (Sig.) = 0,000. Karena hasil Sig. < 0,05, Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pengguna. Maka dari itu, Model regresi yang diterapkan memenuhi syarat untuk menjelaskan hubungan antar variabel. dan dapat dilanjutkan ke tahap interpretasi lebih lanjut.

Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dipakai supaya bisa mengukur seberapa jauh model regresi dapat menerangkan variasi variabel terikat dalam model regresi. ini adalah temuan penilaian koefisien determinasi.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,724 ^a	,524	,513	4,447	2,283

Besaran R Square berjumlah 0,524 memperlihatkan kalau 52,4% perubahan yang muncul pada variabel loyalitas pengguna bisa diterangkan kedua variabel bebas, ialah perlindungan data dan Kesadaran *cyber security*. Sedangkan Besaran Adjusted R Square berjumlah 0,513 mengoreksi R Square dengan memperhitungkan besaran variabel prediktor serta jumlah responden, dengan demikian menghasilkan representasi yang lebih tepat terhadap generalisasi kerangka. Besaran *Adjusted R Square* berjumlah 0,513 menunjukkan kontribusi variabel bebas kepada variabel terikat 51,3%, sisanya 48,7% dijelaskan variabel berbeda yang berada di luar fokus penelitian.

Pengaruh Perlindungan Data Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee

Temuan uji regresi memperlihatkan kalau indikator Perlindungan Data memiliki koefisien regresi sebesar 0,519, dengan besaran t hitung 5,948 juga besaran signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini memperlihatkan kalau dalam hal parsial, Perlindungan Data memperlihatkan dampak positif yang nyata kepada Loyalitas Pengguna Shopee. Secara teoritis, ini selaras dengan konsep bahwa perlindungan data menjadi aspek krusial dalam membangun kepercayaan pengguna, khususnya di *platform* digital. Ketika pengguna merasa bahwa data pribadi mereka seperti alamat, nomor telepon, dan informasi pembayaran terlindungi dengan baik, maka mereka akan merasa aman untuk terus menggunakan layanan tersebut. Ini selaras dengan penelitian sebelumnya Parwanti. (2024) menyebutkan kalau perlindungan data mampu meningkatkan loyalitas pengguna, karna akan membuat pengguna merasa aman.

Dalam konteks ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang menunjukkan bahwa mereka cukup sensitif terhadap masalah keamanan data. Temuan ini memperkuat riset sebelumnya bahwa kepercayaan pengguna terhadap sistem keamanan data suatu platform digital dapat memengaruhi tingkat loyalitasnya. Loyalitas pengguna yang tinggi terhadap Shopee mencerminkan bahwa perlindungan data yang dilakukan oleh perusahaan berdampak langsung terhadap persepsi dan sikap pengguna dalam mempertahankan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

Pengaruh Kesadaran *Cyber Security* Terhadap Pengguna Shopee

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Kesadaran *Cyber Security* memiliki koefisien regresi berjumlah 0,357, t hitung 4,239 dan besaran signifikansi 0,000 ($< 0,05$).

Berarti, secara parsial, indikator Kesadaran Cyber Security juga mempunyai dampak positif yang nyata terhadap Loyalitas Pengguna. Observasi ini selaras seperti penelitian Nurpalah. (2024) menyebutkan kalau kesadaran cyber security mampu meningkatkan loyalitas pengguna, karna akan membuat pengguna merasa sangat amat penting menjaga keamanan data pribadi pada aplikasi tertentu dan tentu saja yang di tunjang oleh pihak aplikasi dengan fitur-fitur keamanan yang ketat dan peringatan akan pentingnya kesadaran cyber security.

Mahasiswa yang memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap ancaman dunia siber cenderung lebih berhati-hati dalam memilih platform e-commerce. Mereka akan memilih menggunakan layanan yang dianggap memiliki sistem keamanan digital yang baik. Semakin sadar mereka terhadap pentingnya keamanan siber, semakin loyal pula mereka terhadap platform yang dipercaya memberikan perlindungan yang memadai.

Hal ini menandakan bahwa loyalitas pengguna tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis seperti promosi atau harga, melainkan juga oleh persepsi terhadap keamanan digital. Pengguna yang sadar akan ancaman siber, seperti phishing, malware, dan pencurian data, akan memiliki preferensi yang kuat terhadap platform yang dinilai aman.

Pengaruh Perlindungan Data Dan Kesadaran Cyber Security Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee

Berdasarkan pengujian F, diperoleh F hitung berjumlah 47,371 dan besaran signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Ini memperlihatkan kalau bersamaan, Perlindungan Data dan Kesadaran Cyber Security berdampak signifikan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pengguna. Dan juga, besaran R Square sebesar 0,524 memperlihatkan kalau 52,4% perbedaan pada Loyalitas Pengguna bisa diterangkan kedua indikator tersebut. Juga 47,6% selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Artinya, kedua variabel ini memiliki kontribusi besar dalam membentuk loyalitas pengguna. Hasil ini memperkuat pentingnya aspek keamanan, baik dari sisi sistem platform (perlindungan data) maupun dari sisi pengguna (kesadaran cyber security), dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan e-commerce.

D. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang terkait pengaruh Perlindungan Data dan Kesadaran Cyber Security terhadap Loyalitas Pengguna Shopee, bisa ambil kesimpulan uraian berikut: Pertama, perlindungan data berdampak positif dan nyata

kepada loyalitas pengguna. Dari temuan uji regresi linear berganda, didapati nilai besaran estimasi regresi sebesar 0,519, besaran t hitung sebanyak 5,948 dan besaran signifikansi $0,000 < 0,05$. Berarti, makin besar persepsi mahasiswa terhadap kualitas perlindungan data yang diterapkan oleh Shopee, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pengguna terhadap platform tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap keamanan data pribadi merupakan faktor penting dalam mempertahankan pelanggan di era digital. Kesadaran *Cyber Security* juga berdampak baik dan nyata kepada loyalitas pengguna. Kedua, dari temuan regresi memperlihatkan kalau Kesadaran *Cyber Security* mempunyai besaran estimasi regresi sebanyak 0,357, bersama besaran t hitung sebanyak 4,239 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. mengindikasikan kalau mahasiswa yang lebih sadar terhadap pentingnya keamanan digital cenderung lebih loyal terhadap *platform* yang dinilai memiliki sistem keamanan yang baik, seperti Shopee. Ketiga, Perlindungan Data dan Kesadaran *Cyber Security* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna. Dari temuan uji F, didapati besaran F hitung sebanyak 47,371 bersama signifikansi $0,000 < 0,05$, serta besaran R *Square* sebanyak 0,524. Artinya, kedua indikator independen bisa menerangkan 52,4% perbedaan yang terjadi pada loyalitas pengguna. Sisanya, sebesar 47,6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas produk, pengalaman pengguna, dan nilai yang dirasakan. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi dari perlindungan data yang baik dan kesadaran akan keamanan siber dapat meningkatkan kesetiaan pengguna terhadap *platform* Shopee.

E. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang atas dukungan, serta seluruh responden mahasiswa yang sudah ikut andil dalam pengisian kuesioner studi ini.

Referensi

- Cahyaaty, T. A., dkk. (2024). *Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 12(1), 45–58.
- Maulana, F. I. (2022). *Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Keamanan Privasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 10(2), 75–88.
- Nie, N. H., Bent, D. H., & Hull, C. H. (1970). *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. New York: McGraw-Hill.
- Nugroho, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kesadaran Keamanan Siber terhadap Loyalitas Pengguna E-Commerce*. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 6(1), 33–42.
- Nurpalah. (2024). *Kesadaran Cyber Security dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Digital*. *Jurnal Keamanan Siber*, 3(1), 90–103.

- Parwanti. (2024). *Perlindungan Data sebagai Faktor Penentu Loyalitas Konsumen di Era Digital*. *Jurnal Informasi dan Keamanan Digital*, 5(2), 112–124.
- Yuliana, dkk. (2020). *Pengaruh Keamanan Data terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Shopee*. *Jurnal Riset Teknologi Informasi*, 8(3), 140–150.