

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of privacy and trust on consumer purchasing decisions on the e-commerce platform Shopee.co.id, particularly from an Islamic perspective. Privacy in this research refers to the protection of consumers' personal information, while trust refers to the perception of the platform's reliability and honesty in providing services. The study focuses on students of the Faculty of Economics and Business at Universitas Jambi as representatives of the younger generation of e-commerce users. A quantitative approach is employed using multiple linear regression analysis. The results show that both privacy and trust significantly influence consumer purchasing decisions. From an Islamic viewpoint, these findings reinforce the importance of values such as trustworthiness (amanah) and transparency in online transactions. This research provides practical implications for e-commerce providers to incorporate Islamic ethical values into their data protection systems and customer services.

Keywords : Privacy, Trust, Purchasing Decision, Shopee, Islamic Perspective

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh privasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen di platform *e-commerce* Shopee.co.id, khususnya dalam perspektif Islam. Privasi dalam penelitian ini mencakup perlindungan terhadap informasi pribadi konsumen, sementara kepercayaan meliputi persepsi akan keandalan dan kejujuran platform dalam menyediakan layanan. Studi ini mengambil responden dari kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi sebagai representasi generasi muda pengguna *e-commerce*. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik privasi maupun kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam perspektif Islam, temuan ini memperkuat pentingnya nilai amanah dan transparansi sebagai dasar dalam bertransaksi secara daring. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan *e-commerce* untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika Islam dalam sistem perlindungan data dan pelayanan pelanggan.

Kata Kunci: Privasi, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Shopee, Perspektif Islam