

**KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIATOR DALAM
HUBUNGAN ANTARA *PRIVACY CONCERN* DAN
NIAT PENGGUNAAN KARTU KREDIT
DI INDUSTRI PERBANKAN INDONESIA**

Samuel Adiprasetya Isaputra

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran variabel kepercayaan konsumen dalam hubungan antara *privacy concern* dan niat penggunaan kartu kredit. Ada empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu 1) terdapat hubungan antara *privacy concern* dan kepercayaan konsumen, 2) terdapat hubungan antara kepercayaan dan niat penggunaan kartu kredit, 3) terdapat hubungan antara *privacy concern* dan niat penggunaan kartu kredit, dan 4) kepercayaan konsumen memediasi hubungan antara *privacy concern* dan niat penggunaan kartu kredit. Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif korelasional dan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Sebanyak 358 konsumen kartu kredit terlibat untuk menjadi subjek dalam penelitian ini. Data diperoleh dengan menggunakan tiga skala, yaitu skala *privacy concern*, kepercayaan, dan niat penggunaan. Data kemudian dianalisis dengan teknik analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 20. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan hanya memediasi secara parsial hubungan antara *privacy concern* dan niat penggunaan kartu kredit karena nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci : *privacy concern*, kepercayaan, niat penggunaan, kartu kredit, konsumen, industri perbankan

**CUSTOMER TRUST AS A MEDIATOR IN RELATIONSHIP BETWEEN
PRIVACY CONCERN AND CREDIT CARD USAGE INTENTION IN
INDONESIAN BANKING INDUSTRY**

Samuel Adiprasetya Isaputra

ABSTRACT

This study aimed to investigate the role of customer trust in the relationship between privacy concern and credit card usage intention. There are four hypothesis in this study. They are 1) there was a relationship between privacy concern and customer's trust, 2) there was a relationship between customer's trust and credit card usage intention, 3) there was a relationship between privacy concern and credit card usage intention, and 4) customer's trust mediates the relationship between privacy concern and credit card usage intention. This is a quantitative-correlational study that used convenience sampling as a technique to determine the sample. There are 358 credit card customer who join in this study. Data collected by spreading questionnaire that include privacy concern, customer's trust, and usage intention scale. We used simple regression and multiple regression to analyze the data with the support of IBM SPSS Statistics 20. The result showed that customer's trust mediates partially the relation between privacy concern and credit card usage intention because the signification value is 0,001 and lower than 0,05.

Keyword : privacy concern, trust, usage intention, credit card, customer, bank, banking industry