

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antar-variabel persepsi privasi, persepsi keamanan terhadap kepercayaan dan loyalitas pengguna. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Halodoc, Aldokter, dan KlikDokter di Indonesia yang berjumlah 160 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data SEM PLS dengan bantuan program SmartPLS versi 3.2.9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi privasi, persepsi keamanan, dan kualitas antarmuka pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna. Kemudian kepercayaan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna yang berarti bahwa makin tinggi kepercayaan pengguna maka makin tinggi loyalitas pengguna, demikian pula sebaliknya, makin rendah kepercayaan pengguna maka makin rendah loyalitas pengguna. Kepercayaan pengguna terbukti sebagai faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna dalam menggunakan suatu produk atau layanan.

**Kata kunci :** persepsi privasi, persepsi keamanan, kualitas antarmuka pengguna (UIQ), kepercayaan pengguna, dan loyalitas pengguna

## ABSTRACT

This study aims to examine the influence of the variables on perceived privacy, perceived security, user interface quality, customer trust, and customer loyalty. The approach used in this research was a quantitative approach. The sample used in this study were active users of Halodoc, Aldokter, and Klik Dokter in Indonesia, totaling 160 respondents. The research data was obtained from the results of filling out the questionnaire and analyzed by using the SEM PLS data analysis technique with the help of the SmartPLS program version 3.2.9. The results of this study indicated that perceived privacy, perceived security, and user interface quality had a positive and significant effect on user trust. Then, user trust had a positive and significant effect on user loyalty, which meant that the higher user trust, the higher user loyalty, and vice versa the lower user trust, the lower user loyalty. User trust is proven to be a factor influencing user loyalty to use a product or service.

**Keywords:** *privacy perception, security perception, user interface quality (UIQ), user trust, and user loyal*