



**TUGAS AKHIR - KS141501**

**ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI  
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA  
PENGGUNA *WHATSAPP* DI INSTITUT TEKNOLOGI  
SEPULUH NOPEMBER**

***ANALYSIS THE IMPACT OF PRIVACY CONCERN  
TOWARD TRUST AND RISK ON *WHATSAPP* USERS IN  
SEPULUH NOPEMBER INSTITUT OF TECHNOLOGY***

**BERRY HUMAIDI FUAD  
NRP 05211 64000 0076**

**Dosen Pembimbing**

**Eko Wahyu Tyas Darmaningrat, S.Kom, M.BA**

**Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc., ITIL.**

**DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI**

**Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas**

**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

**Surabaya 2020**

**TUGAS AKHIR - KS141501**

**ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA WHATSAPP DI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

***ANALYSIS THE IMPACT OF PRIVACY CONCERN TOWARD TRUST AND RISK ON WHATSAPP USERS IN SEPULUH NOPEMBER INSTITUT OF TECHNOLOGY***

**BERRY HUMAIDI FUAD  
NRP. 05211 64000 0076**

**Dosen Pembimbing**

**Eko Wahyu Tyas Darmaningrat, S.Kom, M.BA**

**Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc., ITIL.**

**DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI**

**Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas**

**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

**Surabaya 2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI  
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA  
PENGUNA WHATSAPP DI INSTITUT TEKNOLOGI  
SEPULUH NOPEMBER**

**TUGAS AKHIR**

**Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)**

**pada**

**Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas (ELECTICS)  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Oleh

**Berry Humaidi Fuad**

**05211640000076**

Surabaya, 17 Agustus 2020

**Kepala Departemen Sistem Informasi**

**Dr. Mulyabidin, ST., MT.  
NIP. 197010102003121001**



## LEMBAR PERSETUJUAN

### ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA *WHATSAPP* DI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

#### TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer  
pada

Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**BERRY HUMAIDI FUAD**  
NRP 05211 64000 0076

Disetujui Tim Penguji : Tanggal Ujian : 30 Juli 2020

Periode Wisuda : September 2020

**Eko Wahyu Tyas D., S.Kom., MBA**

(Pembimbing I)

**Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc., ITIL, (Pembimbing II)**

**Feby Artwodini, S.Kom., MT.**

(Penguji I)

**Anisah Herdiyanti, S.Kom., M.Sc.**

(Penguji II)

## LEMBAR PERSETUJUAN

### ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA *WHATSAPP* DI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

#### TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer  
pada

Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**BERRY HUMAIDI FUAD**

NRP 05211 64000 0076

Disetujui Tim Penguji : Tanggal Ujian : 30 Juli 2020  
Periode Wisuda : September 2020

**Eko Wahyu Tyas D., S.Kom., MBA** (Pembimbing I)

**Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc., ITIL,** (Pembimbing II)

**Feby Artwodini, S.Kom., MT.** (Penguji I)

**Anisah Herdiyanti, S.Kom., M.Sc.** (Penguji II)

## LEMBAR PERSETUJUAN

### ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA *WHATSAPP* DI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

#### TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer  
pada

Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**BERRY HUMAIDI FUAD**

NRP 05211 64000 0076

Disetujui Tim Penguji : Tanggal Ujian : 30 Juli 2020  
Periode Wisuda : September 2020

**Eko Wahyu Tyas D., S.Kom., MBA** (Pembimbing I)

**Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc., ITIL, (Pembimbing II)**

**Feby Artwodini, S.Kom., MT.** (Penguji I)

**Anisah Herdiyanti, S.Kom., M.Sc.** (Penguji II)

## LEMBAR PERSETUJUAN

### ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA *WHATSAPP* DI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

#### TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer  
pada  
Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**BERRY HUMAIDI FUAD**

NRP 05211 64000 0076

Disetujui Tim Penguji : Tanggal Ujian : 30 Juli 2020

Periode Wisuda : September 2020

**Eko Wahyu Tyas D., S.Kom., MBA (Pembimbing I)**

**Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc., ITIL, (Pembimbing II)**

**Feby Artwodini, S.Kom., MT. (Penguji I)**

**Anisah Herdiyanti, S.Kom., M.Sc. (Penguji II)**

**ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN  
PRIVASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN  
RISIKO PADA PENGGUNA WHATSAPP DI  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

Nama Mahasiswa : Berry Humaidi Fuad  
NRP : 05211 64000 0076  
Departemen : Sistem Informasi  
Pembimbing I : Eko Wahyu Tyas Darmaningrat,  
S.Kom, M.BA  
Pembimbing II : Hanim Maria Astuti, S.Kom., M.Sc.,  
ITIL.

**ABSTRAK**

*Jumlah pengguna media sosial di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Terdapat beberapa platform media sosial yang sering digunakan di Indonesia, seperti Youtube Facebook, dan WhatsApp. WhatsApp berfokus pada fitur instant messaging dan menjadi instant messaging dengan pengguna paling banyak di Indonesia. Terdapat fitur grup dalam WhatsApp yang banyak digunakan untuk penyebaran informasi. Tidak dapat dipungkiri kini komunikasi dalam bentuk digital sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Penyebaran informasi dalam komunikasi digital memungkinkan adanya risiko penyalahgunaan informasi. Pengguna WhatsApp kebanyakan tanpa sadar memberikan informasi pribadinya ke pengguna lain yang sebenarnya akan menimbulkan permasalahan jika disalahgunakan oleh pengguna lain tersebut. Berbagai kasus muncul dari kesalahan pengguna dalam memberikan informasi pribadinya. Pengguna kebanyakan tidak sadar dalam menyebarkan informasi milik pengguna lain,*



*sedangkan pengguna yang menyebarkan pun kemungkinan akan terkena dampaknya. Dengan timbulnya permasalahan tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian terkait pengaruh masalah kekhawatiran privasi dengan objek penelitian pengguna media sosial WhatsApp di Institut Teknologi Sepuluh Nopember.*

*Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penggabungan antara model Antecedents Privacy Concerns Outcomes (APCO) dengan Social Contract Theory (SCT). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online, dengan sasaran mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Sedangkan untuk pengujian model digunakan Partial Least Square (PLS).*

*Penelitian tugas akhir ini menguji hipotesis antara variabel Awareness, Control, Privacy Concern, Trust, dan Risk. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Awareness berpengaruh positif signifikan terhadap Privacy Concern, dan Privacy Concern berpengaruh positif signifikan terhadap Risk. Sedangkan Hipotesis yang ditolak menjelaskan bahwa 3 variabel, yaitu bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Control dengan Privacy Concern, Privacy Concern dengan Trust, dan Trust dengan Risk. Rekomendasi disusun berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dan benchmark dengan penelitian lain yang mendukung. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah kesadaran dan kepedulian akan informasi pribadi akan berpengaruh secara signifikan terhadap meningkatnya kesadaran terhadap Privacy Concern dan meningkatnya kesadaran Privacy Concern akan berpengaruh signifikan terhadap meningkatnya kesadaran terhadap risiko yang akan timbul dalam permasalahan privasi.*

**Kata Kunci:** penyebaran informasi, media sosial, APCO, SCT, PLS, kekhawatiran privasi.

**ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI  
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA  
PENGGUNA WHATSAPP DI INSTITUT TEKNOLOGI  
SEPULUH NOPEMBER**

Nama Mahasiswa : Berry Humaidi Fuad  
NRP : 05211 64000 0076  
Departemen : Sistem Informasi  
Pembimbing I : Eko Wahyu Tyas Darmaningrat,  
S.Kom, M.BA  
Pembimbing II : Hanim Maria Astuti, S.Kom., M.Sc.,  
ITIL.

**ABSTRACT**

*The number of social media users in Indonesia is increasing from year to year. Several social media platforms are often used in Indonesia, such as Youtube, Facebook, and WhatsApp. WhatsApp focuses on instant messaging and becomes the instant messaging with the most users in Indonesia. There are group features in WhatsApp that are widely used for information dissemination. It is undeniable that digital communication is now in great demand by the people of Indonesia. Dissemination of information in digital communication allows the risk of misuse of information. WhatsApp users mostly unwittingly provide personal information to other users which will cause problems if misused by other users. Various cases arise from user error in providing personal information. Most users are not aware of spreading information belonging to other users, while users who spread it are also likely to be affected. With the emergence of these problems, researchers want to conduct research related to the*

*influence of privacy issues with WhatsApp social media user research objects at the Sepuluh November Institute of Technology.*

*The method used in this study is a combination of Antecedents Privacy Concerns Outcomes (APCO) and Social Contract Theory (SCT) models. Data collection was carried out through an online questionnaire, targeting students of the Sepuluh November Institute of Technology (ITS). As for testing the model used Partial Least Square (PLS).*

*This thesis research discusses the hypotheses between the variables of Awareness, Control, Privacy Concern, Trust and Risk. From the results of tests that have been carried out, it is known. Concern has a significant positive effect on Privacy Concern, and Privacy Concern has a significant positive impact on Risk. Three research hypotheses were rejected. Namely the hypothesis that there is a positive and significant relationship between the Control variable with Privacy Concern, Privacy Concern with Trust, and Trust with Risk. Furthermore, it was agreed to compile based on the results of the hypothesis that had been carried out and benchmark with other supporting studies. From the results of this study, it can be concluded that awareness and concern for personal information will affect the significance of the awareness of privacy that will occur. Awareness of Privacy Awareness will have a significant impact on the rejection that will arise in matters of privacy.*

**Keywords:** *information dissemination, social media, APCO, SCT, PLS, privacy issues.*

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Berry Humaidi Fuad  
NRP : 05211640000076  
Tempat/ Tanggal Lahir : Surabaya, 20 Mei 1998  
Fakultas/ Departemen : FTEIC/ Sistem Informasi  
Nomor Telp/ HP/e-mail : 08124755370/  
[berryfuad@gmail.com](mailto:berryfuad@gmail.com)

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian/makalah/tugas akhir saya yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH KEKHAWATIRAN PRIVASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA *WHATSAPP* DI INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

### **Bebas Dari Plagiarisme Dan Bukan Hasil Karya Orang Lain.**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian penelitian/makalah/tugas akhir tersebut terdapat indikasi plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juli 2020



Berry Humaidi Fuad

RP.05211640000076

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas karunia, rahmat, berkah dan jalan yang diberikan oleh Allah SWT selama ini sehingga penulis dapat diberikan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir dengan judul: “Analisis Pengaruh *Privacy Concern* Terhadap Kepercayaan dan Risiko pada Pengguna *WhatsApp* di Institut Teknologi Sepuluh Nopember”. Tugas Akhir ini merupakan salah satu karya penulis sekaligus sebagai syarat kelulusan pada Departemen Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Terima kasih atas pihak-pihak yang telah mendukung, memberikan saran, motivasi, semangat, bantuan dan doa demi tercapainya tujuan pembuatan tugas akhir ini. Secara khusus penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mudjahidin, ST., M.T. Selaku Ketua Departemen Sistem Informasi ITS Surabaya.
2. Ibu Eko Wahyu Tyas Darmaningrat, S.Kom, M.BA, dan Ibu Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc., ITIL. selaku dosen pembimbing yang melaungkan waktu, memberikan ilmu, petunjuk dan motivasi pada pengerjaan tugas akhir ini.
3. Ibu Feby Artwodini, S.Kom, M.T. dan Ibu Anisah Herdiyanti, S.Kom, M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen Departemen Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Alm. Ir. Imam Syafril, M.T. dan Yuliati Dra. selaku

orang tua penulis tersayang yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan yakin penulis akan menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Zendika Dayongki Siputri, Clara Gustika Nanda, Fiosandi Rizky Novalino, Sisca Threecya Agatha, Muhammad Daffa Rinaldy Yusril, Shafira Widya Hapsari, dan Anisah Azhari yang telah mendukung, menemani, dan membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan sekaligus penulisan ini.
7. Rekan-rekan ARTEMIS yang telah berjuang bersama dalam menjalani perkuliahan di Departemen Sistem Informasi ITS.
8. Berbagai pihak yang membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini dan belum dapat disebutkan satu per satu dengan dukungan, semangat dan kebersamaan.

Penyusunan laporan ini masih sangat jauh dari kata sempurna, untuk itu saya sangat terbuka apabila adanya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga buku tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 30 Juli 2020

Penulis,



(Berry Humaidi Fuad)

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	viii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	x
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Relevansi Tugas Akhir.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Penelitian Sebelumnya.....	7
2.2. Dasar Teori.....	12
2.2.1 <i>WhatsApp</i> .....	12
2.2.2 Perilaku di Media Sosial.....	13
2.2.3 Privasi.....	14
2.2.4 Antecedents Privacy Concerns Outcomes (APCO) .....	14
2.2.5 Gabungan Model APCO dan SCT.....	20
2.2.7 <i>Social Contract Theory</i> .....	23
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>	<b>23</b>
3.1. Tahapan Pelaksanaan Tugas Akhir.....	23
3.2. Deskripsi Metodologi Penelitian.....	24
3.2.1 Studi Literatur.....	24

3.2.2 Perumusan Hipotesis .....	24
3.2.3 Penyusunan Kuesioner .....	24
3.2.4 Pengolahan dan Analisis Data.....	25
3.2.5 Perumusan Rekomendasi .....	34
3.2.6 Penyusunan Rekomendasi.....	34
3.2.7 Penyusunan Laporan Tugas Akhir .....	34
<b>BAB IV PERANCANGAN .....</b>	<b>23</b>
4.1. Tujuan Pengumpulan Data .....	23
4.2. Subjek dan Objek Penelitian .....	26
4.3. Perancangan Pengumpulan Data .....	27
4.3.1 Perancangan Pembuatan Kuesioner .....	27
4.3.2 Penyebaran Kuesioner.....	38
4.3.3 Pengolahan Kuesioner.....	42
4.4. Analisis Data .....	43
4.5. Perancangan Penarikan Akar Permasalahan dan Rekomendasi .....	44
<b>BAB V IMPLEMENTASI.....</b>	<b>57</b>
5.1. Pengumpulan Data .....	57
5.1.1 Pelaksanaan .....	57
5.1.2 Pre: Uji Coba Kuesioner.....	58
5.1.3 Uji Perangkat Kuesioner .....	58
5.1.4 Penyebaran Kuesioner.....	62
5.2 Penyebaran Kuesioner.....	63
5.2.1 Uji Validitas .....	63
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	65
5.3 Karakteristik Responden .....	66
5.3.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	68
5.4 Evaluasi Outer Model.....	79
5.4.1 Uji Convergen Validity .....	81
5.4.2 Uji Discriminant Validity.....	86
5.4.3 <i>Construct Reliability</i> .....	88
5.5 Evaluasi Inner Model .....	89
5.5.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
5.5.2 <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ) .....	91



5.5.3 Pengujian Hipotesis.....	92
5.5.4 Rangkuman Hipotesis .....	96
<b>BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>100</b>
6.1. Hasil Penelitian .....	101
6.1.1 Hipotesis yang diterima.....	101
6.1.2 Hipotesis yang ditolak.....	106
6.2. Perancangan Rekomendasi.....	115
6.2.1 Meningkatkan Kesadaran <i>Privacy Concern</i> terhadap Kepercayaan Pengguna Media Sosial <i>WhatsApp</i> .....	116
6.2.2 Meningkatkan Kesadaran <i>Privacy Concern</i> terhadap Risiko pengguna media sosial <i>WhatsApp</i> .....	124
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>131</b>
7.1 Kesimpulan .....	131
7.2 Saran.....	132
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>139</b>
Lampiran A – KUESIONER PENELITIAN.....	139
Lampiran B – PENGOLAHAN DATA .....	153
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>137</b>

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Gabungan Model APCO dan SCT .....	21
Gambar 3.1 Gabungan Model APCO dan SCT .....	24
Gambar 3. 2 Evaluasi Model PLS .....	26
Gambar 4. 1 Rancangan Bagian Pembukaan Kuesioner .....	28
Gambar 4. 2 Tampilan Kuesioner (1).....	39
Gambar 4. 3 Tampilan Kuesioner (2).....	40
Gambar 4. 4 Tampilan Kuesioner (3).....	41
Gambar 5. 1 Konstruk Outer Model.....	80
Gambar 5. 2 Konstruk Inner Model .....	93
Gambar 5. 3 Hasil Uji Hipotesis .....	96
Gambar 6. 1 Hasil Uji Hipotesis .....	114

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....	7
Tabel 2. 2 Dimensi APCO.....	15
Tabel 3.1 Penilaian PLS .....	31
Tabel 3.2 Jadwal Pengerjaan Tugas Akhir	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 Jenis dan Kategori Data .....	23
Tabel 4. 2 Metode Pengumpulan Data .....	25
Tabel 4. 3 Identitas Responden .....	28
Tabel 4. 4 Pertanyaan awareness.....	30
Tabel 4. 5 Pertanyaan awareness.....	32
Tabel 4. 6 Pertanyaan awareness.....	34
Tabel 4. 7 Pertanyaan awareness.....	35
Tabel 4. 8 Pertanyaan awareness.....	36
Tabel 5. 1 Realisasi Aktivitas Pengumpulan Data .....	57
Tabel 5. 2 Uji Coba Reliabilitas dan Validitas Kuesioner.....	58
Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas menggunakan Nilai Pearson Correlation.....	59
Tabel 5. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	62
Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 5. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	66
Tabel 5. 7 Hasil Analisis Karakteristik Responden.....	67

Tabel 5. 8 Statistik Deskriptif Variabel Awareness (X1).....	69
Tabel 5. 9 Statistik Deskriptif Variabel Control (X2) .....	71
Tabel 5. 10 Statistik Deskriptif Variabel Privacy Concern (Z1) .....	73
Tabel 5. 11 Statistik Deskriptif Variabel Trust (Z2) .....	75
Tabel 5. 12 Statistik Deskriptif Variabel Risk (X4).....	77
Tabel 5. 13 Hasil Pengujian Validitas Konvergen .....	81
Tabel 5. 14 Hasil Pengujian Validitas Konvergen setelah Reduksi.....	84
Tabel 5. 15 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan Cross Laoding .....	86
Tabel 5. 16 Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk .....	89
Tabel 5. 17 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
Tabel 5. 18 Hasil Pengujian Predictive Relevance ( $Q^2$ ).....	91
Tabel 5. 19 Hasil Pengujian Hipotesis .....	94
Tabel 5. 20 Rangkuman Hipotesis .....	97
Tabel 6 1 Perancangan Rekomendasi untuk Meningkatkan Kesadaran dan Kepedulian terhadap informasi pribadi .....	117
Tabel 6 2 Perancangan Rekomendasi untuk Meningkatkan Kesadaran Risiko pada Mahasiswa ITS untuk Mengubah Perilaku Mahasiswa ITS.....	125

# BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan terdapat penjelasan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian yang mendasari penelitian, relevansi tugas akhir, dan target luaran.

## 1.1. Latar Belakang

Penggunaan media sosial adalah salah satu kegiatan online yang paling populer. Pada tahun 2019, diperkirakan 2,65 miliar manusia menggunakan media sosial di seluruh dunia. Jumlah yang diproyeksikan akan meningkat menjadi hampir 3,1 miliar manusia di tahun 2021 [1]. Pengguna media sosial meningkat hingga Januari 2019, sebanyak 45% dari sekitar 7,7 miliar populasi atau sekitar 3,465 miliar populasi pengguna media sosial di seluruh dunia [1]. Dari jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 1,08% sejak Januari 2018 [1]. Di Indonesia memasuki tahun 2019, jumlah pengguna media sosial mencapai 150 juta masyarakat dari total 267,8 populasi di Indonesia, dengan kisaran mencapai 56% dari total masyarakat Indonesia [2]. Terdapat lima penggunaan *platform* media sosial tertinggi di Indonesia, antara lain *Youtube* sebesar 88% dari jumlah populasi di Indonesia, *Whatsapp* sebesar 83% dari jumlah populasi di Indonesia, *Facebook* sebesar 81%, dari jumlah populasi di Indonesia *Instagram* sebesar 80% dari jumlah populasi di Indonesia, dan *Line* sebesar 59% dari jumlah populasi di Indonesia [2]. Berdasarkan dari data tersebut *Whatsapp* menduduki peringkat ke dua untuk *platform* media sosial, namun dapat dikategorikan nomor pertama dalam kategori aplikasi *instant messaging*. *Instant messaging* adalah kategori yang berjenis obrolan *online* [2]. *Instant messaging* sendiri menawarkan pengiriman pesan *real-time* melalui Internet [2] [3]. *Whatsapp* berfokus pada fitur *instant*

*messaging* dan merupakan media penyebaran informasi dan komunikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia [2]. *WhatsApp* digunakan untuk kegiatan komunikasi sehari-hari, tidak dapat dipungkiri komunikasi dalam bentuk *digital* adalah salah satu cara yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia [2].

Terdapat fitur grup dalam aplikasi *Whastapp* yang terhubung dengan pengguna lainnya [3]. Dengan fitur grup ini pengguna dapat membagikan pesan, foto, maupun video hingga ke 256 orang sekaligus yang tergabung kedalam sebuah grup [3]. Pengguna aplikasi *Whatsapp* memudahkan untuk membagikan dokumen, dengan begitu pengguna tidak perlu menggunakan *email* atau aplikasi berbagi file lainnya hingga ukuran file 100 MB [3]. Mayoritas pengguna *WhatsApp* kurang paham mengenai kesadaran informasi mereka [4]. Perkembangan penggunaan *WhatsApp* sebagai aplikasi yang paling diminati untuk berkomunikasi secara *online*, seharusnya menjadikan pengguna dapat mengubah pola kebiasaannya, dalam mengelola privasi di *WhatsApp* [1].

Hak privasi dalam mempertahankan informasi pribadinya diartikan sebagai hak dari setiap individu maupun kelompok untuk melindungi aspek pribadi agar tidak dapat dipergunakan oleh orang lain [5]. Dalam hal privasi seharusnya pengguna dapat benar-benar menjaga atau melindungi privasinya [6]. Banyak sekali kasus yang mempergunakan privasi seseorang dan disebarluaskan sehingga akhirnya menjadikan hal itu sebagai penyebaran informasi pribadi seseorang [6].

Berdasarkan dari kebiasaan penyebaran informasi pribadi, mayoritas disebabkan oleh kesadaran pengguna yang kurang paham akan pentingnya kekhawatiran terhadap masalah penyebaran informasi pribadi. Harapan dari peneliti ingin melakukan pengujian hipotesis tentang pengaruh pentingnya privasi terhadap kepercayaan dan risiko pada pengguna media



sosial *WhatsApp* pada mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Pengujian hipotesis menggunakan penggabungan model *Antecedents Privacy Concerns Outcomes* (APCO) dan *Social Contract Theory* (SCT) sesuai dengan paper terkait yang menjelaskan tentang anteseden dan konsekuensi dari kekhawatiran privasi pada pengguna media sosial [6]. Dalam penggunaannya model APCO digunakan untuk mengartikulasi bahwa kekhawatiran privasi memidiasi antara anteseden dan konsekuensinya, sedangkan dari SCT menjelaskan bahwa pertukaran informasi pribadi di media sosial akan terjadi dan akan ada pihak lain yang dapat menyalahgunakan informasi tersebut [6]. Pengujian model menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang akan meliputi aspek-aspek penegasan dari analisis faktor dan analisis jalur dari regresi, untuk menentukan keterkaitan antara variabel agar mendapat hipotesis yang bisa diterima maupun ditolak.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang akan diangkat pada penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil pengujian hipotesis dari pengujian mengenai keamanan informasi pribadi pada pengguna *WhatsApp* berdasarkan model *Antecedents Privacy Concern Outcomes* (APCO) dan *Social Contract Theory* (SCT)?
2. Apa rekomendasi yang dapat diberikan untuk menyelesaikan kekhawatiran keamanan informasi pribadi pada pengguna *WhatsApp*?

## 1.3. Batasan Masalah

Batasan permasalahan yang menjadi ruang lingkup pengerjaan tugas akhir ini adalah:

1. Pembuatan menggunakan penggabungan model APCO dan SCT yang mengacu pada penelitian Kuang-Ming Kuo dan Paul C. Talley.
2. Subjek responden yang digunakan dalam penelitian ini mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan rentang usia 18-24 tahun dan objek media sosial *WhatsApp*.
3. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* menggunakan *google form*.
4. Tools yang digunakan dalam pengolahan data adalah IBM SPSS untuk uji validitas dan uji reabilitas, dan Smart PLS untuk melakukan uji analisis data.
5. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak minimal 389 responden.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pengujian hipotesis dari sebuah model mengenai faktor kekhawatiran privasi yang mempengaruhi risiko dan kepercayaan pengguna media sosial *WhatsApp*.
2. Mengusulkan rekomendasi untuk penyelesaian permasalahan pada pengguna media sosial *WhatsApp*.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Melalui tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

Bagi Peneliti

Dapat melakukan pengujian dari penggabungan model

*Antecedents Privacy Concern Outcomes (APCO)* dan *Social Contract Theory (SCT)* mengenai permasalahan kekhawatiran privasi pada pengguna media sosial *WhatsApp*.

Bagi Instansi

Dapat pengetahuan tentang pengaruh permasalahan kekhawatiran privasi pada pengguna media sosial *WhatsApp* dan pengusulan untuk rekomendasi dalam mengatasi kekhawatiran penyebaran keamanan informasi pada pengguna media sosial *WhatsApp*.

### **1.6. Relevansi Tugas Akhir**

Penelitian tugas akhir ini memiliki relevansi terhadap mata kuliah yang ada pada Departemen Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Dalam tugas akhir ini memiliki keterkaitan dengan mata kuliah Manajemen Resiko dan Kualitas TI (MRKTI) yang tercakup pada Laboratorium Manajemen Sistem Informasi.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai tinjauan pustaka dari tugas akhir. Bab ini berisi dasar teori yang mendukung tugas akhir. Adapun hal yang ada di dalam Tinjauan Pustaka adalah sebagai berikut.

### 2.1. Penelitian Sebelumnya

Pada pengerjaan tugas akhir ini terdapat beberapa penelitian terkait yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi studi literatur untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Berikut merupakan beberapa penelitian yang studi kasusnya berkaitan dengan penelitian tugas akhir ini yang disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Tahun, Penulis	Pembahasan
1	<i>AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF THE PRIVACY CONCERNS OF SOCIAL NETWORK SITE USERS IN TAIWAN [6]</i>	
	Kuang-Ming Kuo, Paul C. Talley, 2014	Paper ini menjelaskan bagaimana pengguna media sosial kurang paham bahaya informasi yang mereka sebar. Terkait kekhawatiran privasi yang mereka sebar, apakah dalam arah positif atau negatif. Selain itu kekhawatiran dan kepercayaan informasi dapat secara kolektif mempengaruhi risiko yang akan dirasakan oleh

No	Tahun, Penulis	Pembahasan
		<p>pengguna media sosial. Privasi ada sebagai pembatas antara pribadi dengan seseorang dan seseorang lainnya.</p> <p>Dalam paper ini menggunakan model Antecedents privacy concerns outcomes (APCO). Penggunaan model APCO yang digabungkan dengan Social Contract Theory (SCT) sebagai landasan utama dari paper ini. Fokus penelitian ini adalah pada anteseden dan konsekuensi dari kekhawatiran privasi pengguna media sosial. Model APCO digunakan untuk mengartikulasikan bahwa kekhawatiran privasi memediasi antara anteseden dan konsekuensinya. Model SCT menjelaskan bahwa pertukaran informasi pribadi konsumen dengan penyedia suatu layanan dipandang mirip dengan kontrak sosial yang</p>

No	Tahun, Penulis	Pembahasan
		<p>tersirat. Artinya, pengguna harus diberitahu bahwa media sosial akan mengumpulkan informasi pribadi mereka dan kemudian informasi yang dikumpulkan dapat dibagikan kepada pihak ketiga. Jika mereka penyedia layanan memberikan informasi pribadi pengguna kepada pihak ketiga tanpa izin pengguna, maka pengguna media sosial dapat timbul masalah privasi. Setelah menggunakan model dan hipotesisnya, paper ini menggunakan Partial Least Square (PLS), yang didukung oleh perangkat lunak SmartPLS 2.0 M3. PLS dipilih karena data yang dikumpulkan menjadi tidak normal, sementara PLS tidak membuat asumsi distribusi.</p>
2	<i>FAMILIARITY WITH CONCERNS, AND</i>	<i>BIG DATA, PRIVACY AND SELF-DISCLOSURE</i>

No	Tahun, Penulis	Pembahasan
	<i>ACCURACY IN SOCIAL NETWORKING WEBSITE: ANAPCO</i> [7]	
	Tawfiq Alashoor, Sehee Han, Rhoda C. Joseph, 2017	<p>Paper ini membahas tentang situs web yang menjadi alat komunikasi dan salah satu sumber data terbesar. Meninjau literatur privasi berdasarkan teori motivasi perlindungan dan teori perilaku. Dalam paper ini menggunakan model <i>Antecedents privacy concerns outcomes</i> (APCO). Hasil dari pemodelan APCO dilakukan pengujian menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM). Dalam paper ini menemukan bahwa kesadaran akan data besar memiliki dampak negatif dan kesadaran akan implikasi data besar berdampak positif pada masalah privasinya. Masalah privasi mempengaruhi masalah pengungkapan diri secara positif dan akurasi</p>



No	Tahun, Penulis	Pembahasan
		pengungkapan secara negatif.
3	<i>INFORMATION PRIVACY RESEARCH: AN INTERDISCIPLINARY REVIEW</i> [8]	
	H. Jeff Smith, Tamara Dinev, Heng Xu, 2011	Paper ini menjelaskan tentang penelitian tentang kepercayaan pembeli <i>online</i> dalam <i>e-tailer</i> dengan dampak pengungkapan privasi. Terdapat konsumen yang khawatir terhadap risiko privasi yang terkait dengan pengumpulan data pribadi. Menggunakan <i>Social Contract Theory</i> (SCT) sebagai kontrak social yang terjadi setiap kali konsumen memberikan informasi pribadi. Kontrak ini dilanggar jika pengumpulannya menggunakan informasi yang tidak sesuai. Penelitian ini berfungsi untuk mengidentifikasi beberapa prinsip terkait dengan desain <i>e-tailing</i> . Dimana pengguna harus waspada dalam memberikan informasinya pribadinya. Risiko privasi

No	Tahun, Penulis	Pembahasan
		lebih menonjol ketika pengguna harus mengungkapkan data pribadi mereka selama penelitian.

Berdasarkan Tabel 2.1 telah didapatkan penjelasan mengenai studi sebelumnya yang dijadikan acuan dalam penelitian ini. Penelitian tersebut membahas terkait risiko keamanan privasi pada jejaring sosial. Model APCO dan SCT menunjukkan hubungan antara model privasi dan konsekuensi. Model APCO digunakan untuk mengartikulasi bahwa kekhawatiran privasi memidiasi antara anteseden dan konsekuensinya, sedangkan dari SCT menjelaskan bahwa pertukaran informasi pribadi di media sosial akan terjadi dan akan ada pihak lain yang dapat menyalahgunakan informasi tersebut. Dalam kekhawatiran privasi mungkin termasuk pengalaman privasi, kesadaran privasi, perbedaan kepribadian, perbedaan demografis, dan budaya/iklim. Khususnya hubungan antara anteseden dan kekhawatiran privasi belum ditegaskan melalui studi yang cukup. Bertentangan dengan anteseden, hasil kekhawatiran privasi yang mungkin masuk dalam niat perilaku (misal seperti untuk mengungkapkan informasi pribadi).

## 2.2. Dasar Teori

Pada bagian ini pembahasan teori yang menjadi dasaran informasi dari penelitian yang akan dilakukan.

### 2.2.1 *WhatsApp*

*WhatsApp* adalah aplikasi media sosial yang berfokus pada *instant messaging* yang paling banyak digunakan di Indonesia [8]. Terdapat beberapa kelebihan *WhatsApp*, seperti membagikan pesan berupa informasi, gambar, panggilan suara

dan panggilan bergambar [9]. Fitur *WhatsApp Group* dirasa ideal bagi mahasiswa dan untuk menyebarkan informasi dibidang akademik dalam lingkup kampus [10]. *WhatsApp* juga memberikan celah kemanan dalam hal privasi pengguna, seperti penyadapan percakapan yang melibatkan antar pengguna [8]. Informasi yang disebarkan di media dalam jumlah besar, seseorang dapat dikatakan sebagai komunikasi masal [10]. Definisi dari komunikasi masal adalah informasi berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan [10]. Komunikasi masal dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh media, serta informasi yang ditargetkan kepada lebih dari satu orang [10].

### 2.2.2 Perilaku di Media Sosial

Kebiasaan seseorang kemungkinan besar akan berubah dengan mengikuti perkembangan zaman [11]. Media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar dalam merubah perilaku seseorang [11]. Kalangan remaja yang menggunakan media sosial rata-rata menyebarkan tentang kejadian kesehariannya, informasi pribadi, dan lainnya [11]. Dengan kebebasan di internet, pengguna akan bebas menyebarkan apa saja yang ingin mereka sebarakan [11]. Kebanyakan remaja sekarang beranggapan bahwa semakin sering menggunakan media sosial maka mereka akan menganggap diri mereka lebih dipandang dan keren, sementara bagi mereka yang tidak menggunakan media sosial akan dianggap kuno dan ketinggalan zaman [11]. Remaja yang dimaksud disini adalah kisaran umur 12 sampai 21 tahun. Rentang usia remaja ini dapat dibedakan menjadi tiga antara lain, 12 sampai 15 tahun adalah masa remaja awal, 15 sampai 18 tahun adalah masa remaja pertengahan, dan 18 sampai 21 tahun adalah masa remaja akhir [11].

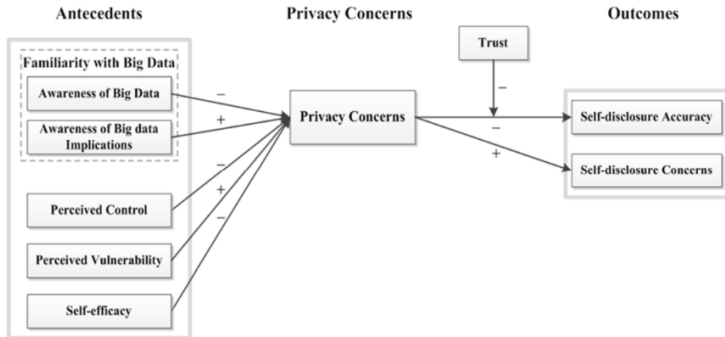
### 2.2.3 Privasi

Dalam penggunaan media sosial tentu saja privasi adalah hal yang utama untuk diperhatikan dan diamankan. Media sosial sangat mudah dan cepat untuk dapat sharing hal hal yang menurut pribadi tidak penting hingga penting, namun tanpa sadar pribadi seseorang mudah untuk memberikan informasi pribadi di media sosial [12]. Perlindungan privasi secara umum meliputi tiga hal, antara lain perlindungan terhadap data, lokasi, dan identitas [12]. Pengguna dituntut untuk dapat menjaga dan mengontrol sendiri atas mekanisme yang dijalankan untuk menjamin privasi diri sendiri, pengguna harus dapat memilah untuk memberikan informasi mereka dan harus dapat memastikan untuk tujuan apa informasi itu digunakan [12]. Beberapa kejadian harusnya dapat menjadi pembelajaran betapa berharganya untuk menjaga privasi. Dalam proses menjaga privasi individu dituntut untuk mengubah pola pikir perilaku keseharian dalam menyebarkan informasi, karena harus dapat membedakan antara informasi yang harus disebar atau informasi pribadi atau privasi [4].

### 2.2.4 Antecedents Privacy Concerns Outcomes (APCO)

Model APCO dimunculkan oleh Smith, Dinev dan Xu pada tahun 2011 [6]. Model APCO ini terdiri dari 3 bagian yang saling berkaitan antara lain *antecedents*, *privacy concerns*, dan *outcomes* [6]. Smith bersama Milberg dan Burk mulai membuat dimensi dimensi dari *privacy concerns*. Beberapa tahun kemudian Smith mulai merumuskan model APCO dengan Dinev dan Xu [6]. Rancangan awal menitik beratkan kepada permasalahan *privacy concerns* dengan meyakini adanya faktor awal yang membentuk *privacy concerns* dalam masing masing individu [6]. Model APCO digunakan untuk menganalisa terkait isu privasi. Dalam beberapa penelitian sudah ada penggunaan model APCO ini yang terkait dengan privasi pada

media sosial [6]. Berdasarkan penjelasan diatas, maka digambarkan model APCO pada Gambar 2.1 [7]



Gambar 2 1 Model APCO

Definisi dari tiap-tiap konstruk dimensi pada APCO dijelaskan pada Tabel 2.2 [13].

Tabel 2. 2 Dimensi APCO

Item	Definition
<i>Antecedent</i>	Anteseden merupakan faktor awal yang ada dalam diri individu dan membentuk fokus individu terhadap isu privasi atau yang sering disebut <i>information privacy concerns</i> .
<i>Privacy concerns</i>	Fokusan terhadap isu kekhawatiran privasi yang dianggap sebagai indikator representatif

Item	Definition
	dalam menguji kemanan privasi.
<i>Outcomes</i>	Fokusan terhadap isu privasi yang meliputi dimensi kesalahan, pengoreksian, penggunaan sekunder dan akses tidak berwenang. Dalam hal ini dapat membentuk persepsi dan perilaku individu sehubungan dengan isu privasi.

Berdasarkan model tersebut, didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut [13]:

a) Kepedulian pengungkapan informasi pribadi

Kepedulian pengungkapan informasi pribadi menjadi sifat komunikasi dalam media sosial yang menjadikan motivasi untuk pengguna lainnya dalam hal berbagi informasi. Situs jejaring sosial menghadirkan peluang untuk pengguna agar dapat berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi atau pendapat antar pengguna. Tanpa penggunaan informasi, pengguna tidak akan merasakan manfaat dari penggunaan media sosial. Akibatnya pengguna cenderung mengungkapkan informasi, seperti informasi pribadinya sendiri maupun informasi milik orang lain. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Masalah privasi secara positif berhubungan dengan masalah pengungkapan informasi pribadi.

Pengguna media sosial cenderung memalsukan informasi pribadi mereka, ketika mereka diminta untuk memberikan informasi mereka. Pengguna memalsukan informasi pribadi karena pengguna cenderung lebih merasa nyaman. Secara khusus pengguna cenderung menghindari untuk secara langsung memberikan informasi pribadinya. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: Masalah privasi berhubungan negatif dengan akurasi pengungkapan informasi pribadi.

b) Kepercayaan

Kepercayaan adalah faktor kuat yang mempengaruhi niat dalam perilaku. Suatu instansi dapat membangun kepercayaan kepada seseorang dengan melalui *branding* mereka. Privasi dengan kepercayaan adalah elemen penting dalam konteks terkait privasi, karena perilaku pengungkapan informasi pribadi melibatkan beberapa risiko tersebut. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kepercayaan hubungan negatif antara masalah privasi dan pengungkapan informasi pribadi. Hubungan lebih lemah ketika kepercayaan tinggi, begitu pula sebaliknya.

c) Kedekatan dengan Big Data

Pengumpulan data besar mengadopsi analitik data besar, situs web jejaring sosial dapat mengumpulkan dan menyimpan data penggunanya. Kedekatan dengan data besar mengacu pada kesadaran individu, yang termasuk dalam nilainya untuk bisnis dan analitik data besar. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kedekatan akan data besar berhubungan negatif dengan masalah privasi.

H5: Kedekatan akan implikasi data besar berhubungan positif dengan masalah privasi.

d) Kontrol Persepsi, Kerentanan Persepsi, dan Kemajuan diri  
Kemampuan dalam mengontrol informasi pribadi adalah hak dari pengguna sosial media. Kemampuan untuk mengendalikan informasi adalah salah satu kunci untuk komponen informasi pribadi dapat terjaga. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H6: Kontrol yang dirasakan berhubungan negatif dengan masalah privasi.

Kerentanan persepsi adalah risiko yang dirasakan terkait dengan pengungkapan informasi pribadi ke sosial media. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H7: Persepsi kerentanan berhubungan positif dengan masalah privasi.

Kemajuan diri mengacu pada kepercayaan dan kompetensi dari pengguna untuk dapat mengatasi ancaman media sosial. Pengguna yang dapat menggunakan pengaturan privasi yang telah disediakan media sosial cenderung melindungi privasi mereka.

H8: Kemajuan diri berhubungan negatif dengan masalah privasi.

e) Anteseden

Anteseden adalah awal faktor yang ada dalam individu agar membentuk fokus terhadap isu privasi masing masing individu yang sering disebut informasi *privacy concerns* [14]. Faktor awal yang harus dicermati dalam isu privasi dapat dilihat dari dua hal, yaitu faktor demografi dan kesadaran terhadap isu privasi [14]. Suatu isu privasi dapat terhindar dengan adanya kesadaran individu terhadap pemberitaan tentang isu privasi yang tersebar di media sosial (*media privacy awareness*) dan dari pengalaman individu menghadapi masalah privasi (*privacy experience*) [14]. Pengalaman individu dalam merespon privasi memiliki dampak terhadap fokus atau perhatian individu



terhadap isu privasi [14]. Individu yang pernah data pribadinya terekspos atau disalahgunakan cenderung memiliki fokus terhadap isu privasi [15].

f) *Privacy Concerns*

*Privacy concerns* adalah bagian yang inti atau ditengah dari model APCO. Fokus terhadap isu privasi dianggap sebagai salah satu indikator paling representatif dalam menganalisis terkait privasi [14]. Ada empat fokus individu terhadap isu privasi, yaitu *collection*, *error*, *secondary use*, dan *improper acces* [14]. Dimana *collection* tersebut merupakan fokus mengenai aktivitas individu memberikan informasi pribadinya kepada pengumpulan data oleh instansi [14].

g) *Outcomes*

*Outcomes* adalah fokus dalam isu privasi yang meliputi dimensi pengkoleksian, kesalahan, penggunaan sekunder dan akses yang tidak berwenang sehingga membentuk persepsi dan perilaku individu yang berhubungan dengan isu privasi [14]. Isu pada media sosial yang mempunyai dampak terhadap persepsi suatu individu ke suatu pihak yang menggali informasi pribadinya, serta perilaku individu dalam memberikan informasi pribadinya [14]. Dengan adanya fokus untuk isu privasi agar mendapatkan bentuk perilaku individu untuk lebih teliti dalam melindungi privasinya yang sering merujuk pada perilaku yang membatasi aktivitas membagikan informasi pribadinya ke media sosial [14].

h) *Partial Least Square*

*Partial Least Square* (PLS) adalah metode analisis data statistik multivariat yang efisien dan telah terbukti sangat berguna untuk menangani masalah rumit dalam pengaplikasian praktis [16]. Missal masalah dalam regresi yang tidak dikondisikan dimana ukuran sampel jauh lebih kecil dari jumlah kovariat [17]. Awalnya PLS diusulkan sebagai pendekatan alternative untuk *ordinary least squares* (OLS) [18]. Yang memiliki kemampuan

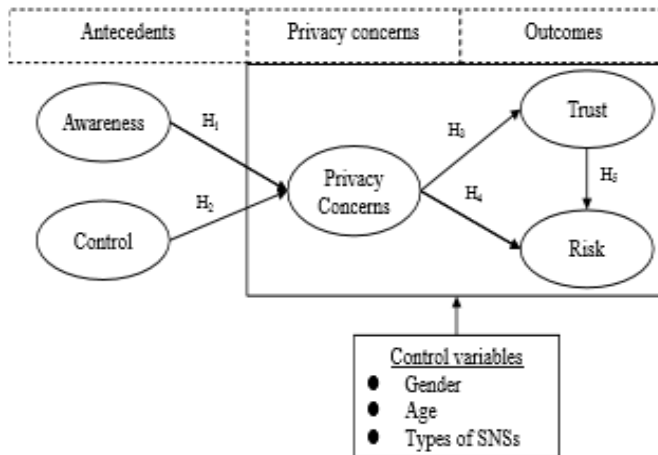
untuk berurusan dengan analisis data multivariant yang berkorelasi tinggi dan juga bias mendapatkan kinerja yang baik meskipun dengan jumlah sampel yang kecil [19]. PLS dapat memecahkan masalah regresi linier yang tidak terkondisikan, misal seperti *collinearity* tinggi dan “p besar, n kecil”, dan dengan demikian meningkatkan akurasi prediksi [19]. Karena itu PLS telah digunakan oleh banyak peneliti dan telah berhasil diperluas ke banyak bidang ilmiah [19]. PLS memodelkan hubungan antara variable respon dan variable predicator dengan menggunakan variable laten, dan kemudian dilakukan prediksi untuk variable respon berdasarkan prediksi yang diberikan pada variable [19].

### 2.2.5 Gabungan Model APCO dan SCT

*Antecedents privacy concerns outcomes* (APCO). Model APCO menunjukkan hubungan antara model privasi dan konsekuensi [6]. Dalam masalah kekhawatiran privasi mungkin termasuk pengalaman privasi, kesadaran privasi, perbedaan kepribadian, perbedaan demografis, dan budaya/iklim [6]. Khususnya hubungan antara anteseden dan masalah kekhawatiran privasi belum ditegaskan melalui studi yang cukup [6]. Bertentangan dengan anteseden, hasil kekhawatiran privasi yang mungkin masuk dalam niat perilaku (misal seperti untuk mengungkapkan informasi pribadi) [6].

Penggunaan model APCO mengartikulasikan bahwa masalah kekhawatiran privasi memediasi antara anteseden dan konsekuensinya [6]. Fokus penelitian ini adalah pada anteseden dan konsekuensi dari kekhawatiran privasi pengguna media sosial. menganggap hubungan antara pengguna media sosial dan penyedia layanan sebagai kontrak sosial tersirat [6]. Dengan penjelasan yang dinyatakan dalam *Social Contract Theory* (SCT) [6]. SCT menjelaskan bahwa pertukaran informasi pribadi konsumen dengan penyedia suatu layanan dipandang mirip dengan kontrak sosial yang tersirat [6]. Ketika pengguna

setuju untuk mendaftar dan menggunakan suatu media sosial, perilaku pengguna dan penyedia layanan diatur oleh norma sosial [6]. Artinya, pengguna harus diberitahu bahwa media sosial akan mengumpulkan informasi pribadi mereka dan kemudian informasi yang dikumpulkan dapat dibagikan kepada pihak ketiga [6]. Jika mereka penyedia layanan memberikan informasi pribadi pengguna kepada pihak ketiga tanpa izin pengguna, maka pengguna media sosial dapat timbul masalah kekhawatiran privasi [6]. Berdasarkan penjelasan diatas, maka digambarkan penggabungan model APCO dan SCT pada Gambar 2.2 [6].



Gambar 2. 1 Gabungan Model APCO dan SCT

Berdasarkan model tersebut, didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut [6]:

a) Efek kesadaran pada kekhawatiran privasi

Faktor kesadaran dimana pengguna takut kehilangan privasinya media sosial. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kesadaran memiliki hubungan positif dengan kekhawatiran privasi (*privacy concern*) informasi pengguna media sosial.

b) Efek kontrol pada kekhawatiran privasi

Kontrol adalah keyakinan seseorang bahwa mereka dapat mengelola informasi pribadi mereka sendiri. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kontrol memiliki hubungan negatif dengan kekhawatiran privasi (*privacy concern*) informasi pengguna media sosial

c) Efek kekhawatiran privasi pada kepercayaan

Kepercayaan dimana pengguna akan khawatir tentang asumsi orang lain terhadap informasi pribadi mereka. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kekhawatiran privasi (*privacy concern*) memiliki hubungan negatif dengan kepercayaan individu terhadap media sosial.

d) Efek kekhawatiran privasi pada risiko

Risiko dimana seseorang akan mendapatkan risiko dari permasalahan kekhawatiran privasi mereka. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kekhawatiran privasi (*privacy concern*) memiliki hubungan positif dengan persepsi risiko individu tentang media sosial.

e) Efek kepercayaan terhadap risiko

Kepercayaan seperti ketika kurangnya pengetahuan individu tentang bagaimana informasinya akan digunakan oleh pihak lain. Sehingga didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H5: Kepercayaan memiliki hubungan negatif dengan persepsi risiko individu terhadap media sosial.

### 2.2.6 *Privacy Concern*

*Privacy concern* didefinisikan sebagai kekhawatiran pengguna terhadap privasi dan penyalahgunaan data-data pribadi mereka. Secara umum *privacy concern* yang dirasakan pengguna dapat dinilai melalui beberapa faktor seperti kekhawatiran pengguna terhadap data dikumpulkan yang dilakukan 10 oleh organisasi, kekhawatiran pengguna dari organisasi untuk mengakses data pribadi mereka, kekhawatiran pengguna terhadap organisasi untuk memanfaatkan data pribadi mereka, serta kekhawatiran pengguna akan keakuratan dari data privasi mereka [20]. *Privacy concern* sebagai suatu tingkatan dimana pengguna mulai merasa resah tentang potensi ketergangguan terhadap hak untuk melindungi informasi pribadi mereka. *Privacy concern* dapat mengacu pada keprihatinan dan rasa gelisah konsumen terhadap penyalahgunaan data-data pribadi mereka [21].

### 2.2.7 *Social Contract Theory*

*Social Contract Theory* (SCT) adalah pandangan bahwa kewajiban moral atau politik seseorang tergantung pada kontrak atau kesepakatan diantara mereka untuk membentuk masyarakat tempat mereka tinggal [6]. Kontrak sosial dimulai ketika norma sosial diharapkan untuk mengatur perilaku mereka yang terlibat [6]. Kontrak sosial yang tersirat adalah dianggap adil jika informasi yang mencerminkan tiga kondisi, yaitu pengetahuan, pemberitahuan, dan tidak [6]. Pengetahuan mengacu pada kesadaran pengguna atas informasi pribadi mereka [6]. Kemudian, pengetahuan pengguna harus menyadari bahwa informasi pribadi dapat dimanfaatkan oleh orang lain yang tertarik [6]. Terakhir, pengguna harus dibatasi pembagian informasi pribadi mereka ke pihak lain dengan menyimpan hak untuk mengatakan “tidak” kepada hal seperti itu [6]. Kondisi diatas mengartikan bahwa pengguna memiliki hak hak tertentu mengenai pengamanan informasi pribadi mereka [6].

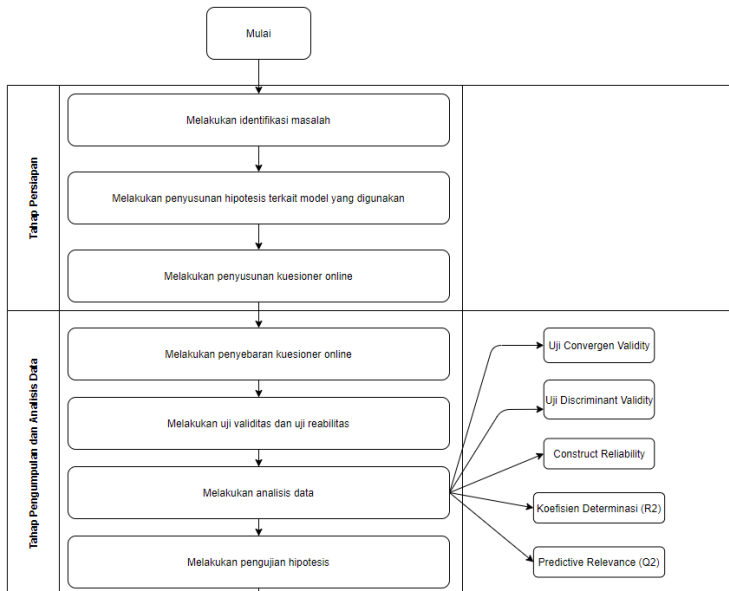


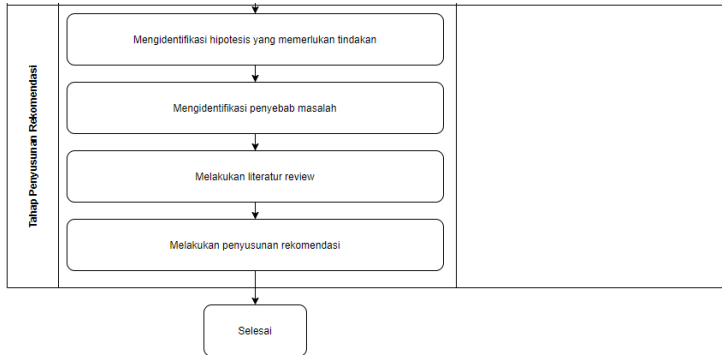
## BAB III METODOLOGI

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah penelitian yang digunakan peneliti dalam pengerjaan tugas akhir agar dapat diselesaikan secara sistematis, jelas, dan terarah. Bagian ini menyajikan tahapan pelaksanaan tugas akhir dan jadwal kegiatan.

### 3.1. Tahapan Pelaksanaan Tugas Akhir

Pada bagian ini terdiri dari tahapan penelitian tugas akhir dan uraian tahapan yang digunakan. Terdapat langkah langkah yang akan dilakukan sebagaimana tertuang pada Gambar 3.1





Gambar 3.1 Gabungan Model APCO dan SCT

## 3.2. Deskripsi Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan menjelaskan secara lebih rinci mengenai tahapan pada metode yang akan digunakan penulis dalam pelaksanaan tugas akhir:

### 3.2.1 Studi Literatur

Pada tahap ini melakukan pengumpulan data dan informasi yang dapat menunjang pengerjaan tugas akhir. Melakukan pencarian data dan informasi dari buku, jurnal, maupun laporan penelitian sebelumnya tentang masalah kekhawatiran privasi, cara pengukurannya, dan variabel yang digunakan.

### 3.2.2 Perumusan Hipotesis

Pada tahap ini melakukan identifikasi hipotesis terhadap gabungan model *Antecedents Privacy Concerns Outcomes* (APCO) dengan *Social Contract Theory* (SCT).

### 3.2.3 Penyusunan Kuesioner

Pada tahap ini dilakukan pembuatan kuesioner dalam pengerjaan tugas akhir. Tahap ini dilakukan dengan



menyebarkan kuesioner ke mahasiswa ITS Angkatan 2016 - 2019 dan merupakan tahapan sebelum melakukan pengumpulan data dan analisis data. Pertanyaan pada kuisisioner mengacu pada penggabungan APCO dan SCT. Berdasarkan APCO dan SCT, konstruk yang digunakan dalam model ini termasuk kesadaran yang mengacu pada sejauh mana pengguna khawatir tentang masalah kekhawatiran privasi di media sosial.

### 3.2.4 Pengolahan dan Analisis Data

Pada tahap ini melakukan tahap pengumpulan data, maka data yang telah didapatkan tersebut akan dianalisis guna mendapatkan hasil yang diinginkan. Analisis terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas.

#### a) Uji Validitas

Pada tahap ini melakukan uji validitas data guna mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

#### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuisisioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika jawaban terhadap indikator tidak konsisten, maka dapat dikatakan bahwa jawaban tidak reliabel.

#### c) Analisis Data Menggunakan *Partial Least Square* (PLS)

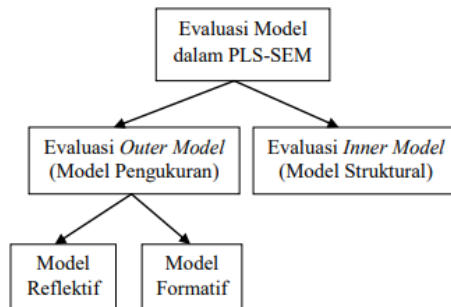
Pada tahap ini melakukan pengolahan dan analisa data dengan menggunakan model pengukuran PLS.

#### d) Estimasi Model

Dalam PLS parameter meliputi tiga tahap, antara lain menciptakan penilaian variabel laten, mendapatkan koefisien jalur yang menghubungkan antar variable dan koefisien model pengukuran dengan indikatornya, dan mendapatkan parameter lokasi. Analisis pada tahap ini berupa algoritma PLS yang berisi prosedur iterasi yang menghasilkan penilaian dari variabel laten.

#### e) Evaluasi Model

Dalam PLS evaluasi model terdiri dari dua tahap, antara lain model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Evaluasi terhadap model pengukuran dikelompokkan menjadi dua, antara lain reflektif dan formatif.



Gambar 3. 2 Evaluasi Model PLS

- Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Dalam Evaluasi terdapat tiga model indikator, antara lain *individual item reliability*, *internal consistency or construct reliability*, dan *average variance extracted and discriminant validity*. Dari ketiga model indikator tersebut, pengukuran pertama dikategorikan ke dalam *convergent validity*. *Convergent validity* mengukur besarnya korelasi antar konstruk dengan variabel laten. Evaluasi *convergent validity* dari

pemeriksaan *individual item reliability*, dapat dilihat dari nilai *standardized loading factor*. *Standardized loading factor* menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item pengukuran dengan konstraknya. Nilai *loading factor* > 0.7 dikatakan ideal, artinya indikator tersebut dikatakan valid dalam mengukur konstraknya. Dalam pengalaman empiris penelitian, nilai *loading factor* > 0.5 masih dapat diterima. Dengan demikian, nilai *loading factor* < 0.5 harus dikeluarkan dari model. Nilai kuadrat dari nilai *loading factor* disebut *communalities*. Nilai ini menunjukkan persentasi konstruk mampu menerangkan variasi yang ada dalam indikator. Setelah mengvaluasi *individual item reliability* melalui nilai *standardized loading factor*. Setelah itu melihat *internal consistency reliability* dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). CR lebih baik dalam mengukur *internal consistency* dibandingkan *Cronbach's Alpha* dalam *Structural Equation Modeling* (SEM), karena CR tidak mengasumsikan kesamaan dari setiap indikator. *Cronbach's Alpha* cenderung menaksir lebih rendah *construct reliability* dibandingkan CR. Interpretasi CR sama dengan *Cronbach's Alpha*. Nilai batas > 0.7 dapat diterima, dan nilai > 0.8 sangat memuaskan.

Formula CR

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + (\sum \epsilon_i)}$$

Ukuran lainnya dari *convergent validity* adalah nilai *Average Variance Extracted* (AVE). AVE menggambarkan besarnya varian variabel *manifest* yang terdapat oleh konstruk laten. Semakin besar varian variabel *manifest*, semakin besar representatif dari variabel *manifest* terhadap konstruk laten. Nilai dari AVE minimal 0.5 menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik, yang artinya variabel laten dapat

menjelaskan rata-rata dari lebih setengah varian indikatornya. Nilai AVE didapatkan dari penjumlahan kuadrat *loading factor* dibagi dengan *error*.

Formula AVE

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \varepsilon_i}$$

Ukuran AVE juga dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas komponen penilaian dari *variable latent* dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan CR.

- Evaluasi Model Pengukuran Formatif

Dalam pengujian validitas biasanya penggunaan metode klasik tidak bisa dipakai untuk model formatif, sehingga konsep reliabilitas konsistensi internal dan membangun validitas seperti *convergent validity* dan *discriminant validity* tidak digunakan ketika model pengukuran bersifat formatif. Hubungan dalam model pengukuran yang bersifat formatif dan reliabilitas konstruk menjadi tidak relevan lagi dalam menguji kualitas pengukuran. Sedikitnya ada lima isu yang menentukan kualitas model formatif, antara lain:

- *Content specification*, berhubungan dengan cakupan konstruk laten yang akan diukur. Artinya penelitian harus seringkali mendiskusikan dan menjamin dengan benar spesifikasi isi dari konstruk tersebut.
- *Spesification indicator*, mengidentifikasi dan mendefinisikan dengan jelas indikator tersebut. Artinya pendefinisian indikator harus melalui literatur yang jelas.
- *Reliability indicator*, berhubungan dengan skala kepentingan indikator yang membentuk konstruk. Artinya dua rekomendasi untuk menilai *reliability indicator* adalah melihat

tanda indikator yang sesuai dengan hipotesis dan bobot indikatornya minimal 0.2.

- *Collinearity indicator*, mempertanyakan antara indikator yang dibentuk tidak saling berhubungan atau tidak terdapat masalah multikolinearitas (sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model) dapat diukur dengan *Variance Inflated Factor* (VIF). Nilai VIF  $> 10$  terindikasi ada masalah dengan multikolinearitas.

- *External validity*, menjamin bahwa semua indikator yang dibentuk dimasukkan ke dalam model.

- Evaluasi Model Struktural

Pada tahap ini langkah pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi model struktural. Melihat kecocokan hubungan antar konstruk atau variabel. Dapat dilihat dari koefisien jalur yang menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk. Tanda atau arah dalam koefisien jalur harus sesuai dengan teori yang dihipotesiskan. Kecocokan dapat dilihat dari CR yang telah diperoleh dari proses *bootstrapping (resampling method)*. Setelah itu langkah kedua adalah mengavaluasi nilai  $R^2$ . Nilai  $R^2$  sama dengan intepretasi  $R^2$  regresi linear. Kriteria  $R^2$  terdiri dari tiga klasifikasi, seperti nilai  $R^2$  0.67, 0.33 dan 0.19 sebagai substansial, sedang (*moderate*) dan lemah (*weak*). Perubahan nilai  $R^2$  dapat digunakan untuk melihat apakah pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen yang memiliki pengaruh substantif. Hal ini dapat diukur dengan *effect size f<sup>2</sup>*. Dimana  $R$  *included* dan  $R$  *excluded* adalah  $R^2$  dari variabel laten endogen yang diperoleh ketika variabel eksogen tersebut masuk atau dikeluarkan dalam model.

Formulasi *effect size*  $f^2$

$$\text{Effect Size } f^2 = \frac{R^2 \text{ Included} - R^2 \text{ Excluded}}{1 - R^2 \text{ Included}}$$

Effect Size  $f^2$  yang disarankan adalah 0.02, 0.15 dan 0.35 dengan variabel laten eksogen memiliki pengaruh kecil, moderat dan besar pada level struktural. Untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan digunakan *Goodness of Fit* (GoF). GoF indeks merupakan ukuran tunggal untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF ini diperoleh dari *average communalities index* dikalikan dengan nilai  $R^2$  model. Dimana Com bergaris di atas adalah *average communalities* dan  $R^2$  bergaris di atas adalah nilai rata-rata model  $R^2$ . Nilai GoF terdiri antara 0 sampai 1 dengan interpretasi nilai nilai 0.1 (Gof kecil), 0,25 (GoF *moderate*), dan 0.36 (GoF besar).

Formula GoF indeks

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{Com} \times \overline{R^2}}$$

Pengujian lain dalam pengukuran struktural adalah Q2 *predictive relevance* yang berfungsi untuk memvalidasi model. Pengukuran ini cocok jika variabel latin endogen memiliki model pengukur reflektif. Hasil Q2 *predictive relevance* dikatakan baik jika nilainya > yang menunjukkan variabel laten eksogen baik (sesuai) sebagai variabel penjelas yang mampu memprediksi variabel endogennya.

PLS menggunakan dua tahapan penting, yaitu *measurement model* dan *structural model*. Data dalam *measurement model* dievaluasi untuk menentukan validitas dan reliabilitasnya. Bagian dari *measurement model* terdiri dari *Individual loading* yang terdapat pada setiap item pertanyaan, *Internal Composite Reliability* (ICR). (3). *Average Variance Extracted* (AVE), dan *Discriminant Validity*. Apabila data memenuhi syarat dalam

*measurement model*, maka tahap selanjutnya adalah mengevaluasi *structural model*. Dalam *structural model* hipotesis diuji melalui signifikansi dari *Path coefficient*, *T-statistic*, dan *r-squared value*.

f) Penilaian dalam PLS

Pada tahapan ini melakukan penilaian dari PLS yang akan dijelaskan pada tabel 3.2

Tabel 3.1 Penilaian PLS

No.	Kriteria	Penjelasan
	Evaluasi Model Struktural	
1	R <sup>2</sup> pada variabel laten endogen	Hasil R <sup>2</sup> pada variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model baik, moderat, lemah.
2	Estimasi koefisien jalur	Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikan ini dapat diperoleh dengan prosedur <i>bootstrapping</i> yang juga menghasilkan nilai T ( <i>T-value</i> ).
3	f <sup>2</sup> untuk <i>effect size</i>	Nilai f <sup>2</sup> dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural.

No.	Kriteria	Penjelasan
4	Relevansi prediksi ( $Q^2$ dan $q^2$ )	<p>Prosedur <i>blindfolding</i> digunakan untuk mengukur <math>Q^2</math> dengan formulasi:</p> $Q^2 = 1 - \frac{\sum_D E_D}{\sum_D O_D}$ <p>Dimana D adalah <i>omission distance</i>, E adalah <i>sum of squares of prediction errors</i>, dan O adalah <i>sum of squares observations</i>. Nilai <math>Q^2 &gt; 0</math> membuktikan bahwa model memiliki <i>predictive relevance</i>, sebaliknya jika nilai <math>Q^2 &lt; 0</math> membuktikan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>.</p> <p>Dalam kaitannya dengan <math>f^2</math>, dampak relatif model struktural terhadap pengukuran variable dependen laten dapat dinilai dengan formulasi:</p> $q^2 = \frac{Q2 \text{ included} - Q2 \text{ excluded}}{1 - Q2 \text{ excluded}}$
	Evaluasi Model Pengukuran Refleksif	



No.	Kriteria	Penjelasan
1	<i>Loading Factor</i> (LF)	Nilai LF harus $> 0.7$
2	<i>Composite reliability</i>	<i>Composite reliability</i> mengukur <i>internal consistency</i> dan nilainya harus $> 0.6$
3	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Nilai AVE harus $> 0.5$
4	Validitas diskriminan	Nilai akar kuadrat dari AVE haru $>$ nilai korelasi antar variabel laten.
5	<i>Cross loading</i>	Ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap <i>blok indicator</i> memiliki nilai <i>loading</i> lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dan dibandingkan dengan indikator variabel laten lainnya.
	Evaluasi Model Pengukuran Formatif	
1	Signifikasi nilai <i>weight</i>	Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikansi ini dinilai dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .
2	Multikolinearitas	Variable <i>manifest</i> dalam blok harus diuji apakah terdapat

No.	Kriteria	Penjelasan
		gejala multikolinearitas. Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) dapat digunakan untuk menguji permasalahan ini. Nilai VIF > 10 mengindikasikan terdapat gejala multikolinearitas.

### 3.2.5 Perumusan Rekomendasi

Pada tahapan ini melakukan *literature review* terkait penyebab masalah serta pencegahan yang dapat dilakukan. Untuk menguatkan usulan penulis serta melakukan validasi terhadap hasil yang didapat dalam *literature review*.

### 3.2.6 Penyusunan Rekomendasi

Setelah mendapatkan data dari *literature review*. Penulis melakukan pengolakan data dan melakukan indentifikasi prioritas hipotesis untuk pencegahan dan mengatasi masalah kekhawatiran privasi informasi.

### 3.2.7 Penyusunan Laporan Tugas Akhir

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari metodologi. Pada tahap ini, seluruh hasil penelitian didokumentasikan dalam bentuk laporan tugas akhir. Selain itu, laporan tugas akhir juga berisi tentang hasil dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## BAB IV PERANCANGAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai perancangan penelitian pada tugas akhir ini sebagai panduan untuk melaksanakan penelitian tugas akhir yang terdiri atas perancangan model konseptual, perancangan kuesioner, persiapan penyebaran kuesioner, perancangan metode yang digunakan untuk mengolah data, serta perancangan rekomendasi.

### 4.1. Tujuan Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari penelitian. Sebelum melakukan penelitian, penulis telah mengusulkan beberapa hipotesis berdasarkan model APCO dan SCT yang digunakan. Untuk membuktikan hipotesis secara empiris, penulis membutuhkan data yang digunakan untuk diteliti secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan terhadap sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu dari mahasiswa ITS yang memiliki rentang umur 18-23 tahun. Data itu sendiri dapat dibedakan menjadi beberapa kategori seperti pada Tabel 4.1 sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Jenis dan Kategori Data

Kategori	Jenis	Definisi
Berdasarkan cara memperoleh	Data primer	Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian.
	Data sekunder	Data yang didapatkan tidak secara langsung dari subjek atau objek penelitian.

Kategori	Jenis	Definisi
Berdasarkan sumbernya	Data internal	Data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan dalam sebuah organisasi.
	Data Eksternal	Data yang menggambarkan suatu keadaan atau kegiatan di luar sebuah organisasi.
Berdasarkan sifatnya	Data Kuantitatif	Data yang berbentuk angka pasti.
	Data Kualitatif	Data yang bukan berbentuk angka
Berdasarkan waktu pengumpulan	Insidental	Data yang dikumpulkan hanya pada suatu waktu tertentu
	Data Berkala	Data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu untuk menggambarkan suatu perkembangan atau kecenderungan keadaan

Berdasarkan beberapa kategori data yang dijelaskan pada Tabel 4.1, jenis data yang digunakan penulis untuk mendukung penelitian ini adalah data primer dimana penulis mengumpulkan dan mengolah sendiri data tersebut, data internal dimana data yang didapatkan penulis merupakan sebuah data yang menggambarkan secara langsung keadaan mahasiswa ITS, data kuantitatif dimana data yang didapatkan penulis berupa jawaban skala likert dari kuesioner, serta data insidental karna dikumpulkan hanya pada satu waktu tertentu tidak dari waktu ke waktu.

Untuk mendapatkan data yang diinginkan, ada beberapa teknik atau cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh data yang disebut metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data dapat digunakan secara sendiri-sendiri, namun juga dapat digunakan dengan menggabungkan dua metode atau lebih. Beberapa metode pengumpulan data antara lain:

Tabel 4. 2 Metode Pengumpulan Data

Metode	Definisi
Angket (Kuesioner)	Metode yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner merupakan metode yang efisien bila peneliti telah mengetahui variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Berdasarkan pertanyaannya, kuesioner dibagi menjadi dua kategori, yaitu kuesioner terbuka dimana memberi kebebasan responden untuk menjawab, dan kuesioner tertutup dimana peneliti telah menyediakan pilihan jawaban untuk dipilih responden.
Studi Dokumen	Metode yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Studi dokumen meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis. Dokumen Dokumen yang dapat digunakan dibagi menjadi dua kategori antara lain dokumen primer yaitu dokumen yang ditulis oleh orang yang langsung mengalami suatu peristiwa, dan dokumen sekunder yaitu dokumen yang ditulis berdasarkan laporan atau cerita orang lain. yang dapat

Metode	Definisi
	digunakan dibagi menjadi dua kategori antara lain dokumen primer yaitu dokumen yang ditulis oleh orang yang langsung mengalami suatu peristiwa, dan dokumen sekunder yaitu dokumen yang ditulis berdasarkan laporan atau cerita orang lain.
Wawancara	Metode yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Terdapat dua kategori wawancara yaitu wawancara terstruktur dimana peneliti mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dengan membuat daftar pertanyaan, serta wawancara tidak terstruktur dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan spesifik, namun hanya memuat poin-poin dari masalah yang ingin digali.

Berdasarkan metode pengumpulan data yang dijelaskan pada Tabel 4.2 penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner dianggap cocok digunakan karena penulis membutuhkan responden yang cukup besar dan tersebar pada seluruh departemen di ITS.

#### 4.2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan untuk penelitian tugas akhir ini merupakan mahasiswa ITS yang memiliki rentang umur 18-23 tahun. Objek penelitian pada penelitian tugas akhir ini adalah masalah kekhawatiran privasi pada mahasiswa ITS pengguna *WhatsApp*. Subjek dan objek ditentukan untuk mengidentifikasi

studi kasus penelitian. Penelitian akan dilakukan dengan luaran berupa rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran privasi informasi pada mahasiswa ITS dalam menggunakan media sosial.

### **4.3. Perancangan Pengumpulan Data**

Menjelaskan perancangan pengumpulan data dengan cara survei. Teknik survei yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang digunakan diadaptasi dari *paper* acuan dan beberapa *paper* lain yang relevan. Kuesioner disebarikan secara online dan pada tiap kuesioner memiliki pernyataan yang berbeda sesuai model APCO dan SCT.

#### **4.3.1 Perancangan Pembuatan Kuesioner**

Kuesioner dirancang berdasarkan adaptasi dari *paper* acuan dan *paper* lain yang relevan. Masing-masing variabel mempunyai beberapa indikator yang digunakan sebagai pertanyaan kuesioner. Pada penelitian ini terdapat minimal tiga item indikator per satu variabel untuk dijadikan pertanyaan dalam kuesioner. Hal ini dilakukan apabila terdapat data yang tidak valid, maka salah satu item indikator tersebut dapat dihilangkan dan item indikator lainnya masih dapat mewakili variabel yang dimaksud. Terdapat total 48 pertanyaan dengan skala likert dan 2 pertanyaan terbuka. Pertanyaan terbuka pada kuesioner ditujukan untuk mengetahui apa yang telah dilakukan mahasiswa ITS pengguna *WhatsApp* untuk menjaga informasi pribadi mereka di *WhatsApp* agar tidak terjadi penyalahgunaan informasi, serta untuk mengetahui hal apa yang dibutuhkan mahasiswa ITS untuk meningkatkan kesadaran akan privasi informasi di media sosial.

Pada bagian pembuka merupakan pengenalan dari peneliti, tujuan penelitian, ketentuan kriteria responden, serta contact

person peneliti. Bagian pembuka ditunjukkan seperti pada Gambar 4.1.

## ANALISIS PENGARUH PRIVACY CONCERN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA WHATSAPP

Halo, perkenalkan saya Berry Humaidi Fuad mahasiswa S1 Departemen Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).

Saat ini saya sedang menempuh Tugas Akhir (TA)/Skripsi dan sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Privacy Concern terhadap kepercayaan dan risiko pada pengguna WhatsApp.

Demi kelancaran TA saya, saya meminta ketersediaan teman-teman semua untuk membantu mengisi survei ini.

Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

1. Merupakan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).
2. Angkatan 2019-2016++.
3. Menggunakan aplikasi WhatsApp pribadi (bukan for business).

Atas ketersediaan, saya mengucapkan banyak terimakasih.

CP Peneliti:

Line: berryhumaidi

Email: [berryfuad@gmail.com](mailto:berryfuad@gmail.com)

### Gambar 4. 1 Rancangan Bagian Pembukaan Kuesioner

Pada Tabel 4.3 bagian identitas responden dibutuhkan data-data sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Identitas Responden

Jenis Kelamin	Pria/Wanita
Angkatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2019</li> <li>• 2018</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2017</li><li>• 2016 dan sebelumnya</li></ul>
Fakultas	<ul style="list-style-type: none"><li>• FAKULTAS SAINS DAN ANALITIKA DATA (SCIENTICS)</li><li>• FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN REKAYASA SISTEM (INDSYS)</li><li>• FAKULTAS TEKNOLOGI ELEKTRO DAN INFORMATIKA CERDAS (ELECTICS)</li><li>• FAKULTAS TEKNIK SIPIL, PERENCANAAN, DAN KEBUMIHAN (CIVPLAN)</li><li>• FAKULTAS TEKNOLOGI KELAUTAN (MARTECH)</li><li>• FAKULTAS VOKASI (VOCATIONS)</li><li>• FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN</li></ul>

	BISNIS DIGITAL (CREABIZ)
Seberapa lama menggunakan <i>WhatsApp</i> dalam sehari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• &lt; 1 Jam</li> <li>• 1 - 3 Jam</li> <li>• - 5 Jam</li> <li>• &gt; 5 Jam</li> </ul>
<i>WhatsApp</i> memudahkan dalam hal berbagi informasi	(Skala likert)
Pengguna senang jika berkomunikasi menggunakan <i>WhatsApp</i>	(Skala likert)

Setelah itu terdapat bagian *awareness* pengguna *WhatsApp* terhadap informasi pribadinya, yang bermaksud untuk mencari tahu kesadaran pengguna *WhatsApp* terhadap risiko yang akan muncul jika informasi pribadinya tidak dijaga dengan baik. Penulis memberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5. Tabel 4.4 adalah gambaran dari kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Pertanyaan awareness

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Menjaga informasi pribadi saya dalam menggunakan <i>WhatsApp</i> itu penting					
Saya tidak akan memberikan informasi pribadi saya kepada orang lain dalam <i>WhatsApp</i>					

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Saya akan selalu menjaga informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i>					
Saya mengerti pentingnya menjaga informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i>					
Saya akan menjaga informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> dengan tidak memberikan pesan yang mengandung informasi pribadi saya					
Saya ingin informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> tidak tersebar luas					
Menurut saya menyebarkan informasi pribadi tidak diperlukan					
Saya tidak pernah menyebarkan informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i>					
Informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> tidak boleh diketahui oleh orang lain					

Setelah itu terdapat bagian *control* pengguna *WhatsApp* terhadap informasi pribadinya, dimana penulis ingin tahu bagaimana pengguna *WhatsApp* melakukan kontrol apa saja terhadap informasi pribadinya. Penulis memberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5. Tabel 4.5 adalah tampilan dari kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Pertanyaan awareness

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Melakukan setting group dalam <i>WhatsApp</i> agar tidak semua orang dapat menambahkan saya ke grup					
Saya melakukan control terhadap akun dalam <i>WhatsApp</i> saya dengan melakukan setting group agar hanya beberapa kontak saya yang bisa menambahkan saya ke grup					
Saya melakukan setting group agar informasi pribadi saya tetap terjaga					
Melakukan setting last seen dalam <i>WhatsApp</i> agar tidak ada yang mengetahui atau hanya kontak anda saja yang dapat mengetahuinya					
Saya melakukan control terhadap akun dalam <i>WhatsApp</i> saya dengan melakukan setting last seen agar hanya saya atau kontak saya saja yang bisa melihatnya					
Saya melakukan setting lastseen agar orang selain kontak saya tidak dapat melihatnya					
Melakukan setting status privacy dalam <i>WhatsApp</i> agar tidak					

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
semua orang mengetahui status privacy					
Saya melakukan control terhadap akun dalam <i>WhatsApp</i> saya dengan melakukan setting status privacy agar hanya saya atau kontak saya saja yang dapat melihatnya					
Saya melakukan setting status privacy agar orang selain kontak saya tidak dapat melihatnya					
Melakukan setting profile photo privacy dalam <i>WhatsApp</i> agar tidak semua orang mengetahui profile foto					
Saya melakukan control profile photo privacy terhadap akun dalam <i>WhatsApp</i> saya dengan melakukan setting profile photo agar hanya saya atau kontak saya saja yang dapat melihatnya					
Saya melakukan setting profile photo privacy agar orang selain kontak saya tidak dapat melihatnya					

Setelah itu terdapat bagian *privacy concern* pengguna *WhatsApp* terhadap informasi pribadinya, dimana penulis ingin mengetahui tanggapan pengguna *WhatsApp* terhadap masalah-masalah yang akan timbul jika seseorang mengambil informasi

pribadi pengguna. Penulis memberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5. Tabel 4.6 adalah tampilan dari kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Pertanyaan awareness

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> tidak boleh digunakan oleh orang lain					
Orang lain tidak boleh menggunakan informasi pribadi saya untuk membuat akun tiruan dalam <i>WhatsApp</i>					
Saya khawatir jika informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> dimanfaatkan oleh orang lain					
Reputasi saya akan menurun jika informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i> tersebar luas					
Saya khawatir reputasi saya menurun jika informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> digunakan oleh orang lain					
Saya khawatir reputasi saya menurun jika informasi saya dalam <i>WhatsApp</i> tersebar					
Informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> yang tersebar akan					

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
membuat saya mendapatkan masalah					
Saya akan mendapat masalah jika informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> digunakan oleh orang lain					
Saya khawatir jika informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> tersebar					

Setelah itu terdapat bagian *trust* pengguna *WhatsApp* terhadap informasi pribadinya, dimana penulis ingin mengetahui kepercayaan pengguna *WhatsApp* terhadap keamanan dalam menyebarkan informasi pribadinya dalam *WhatsApp*. Penulis memberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5. Tabel 4.7 adalah tampilan dari kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Pertanyaan awareness

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Memberikan informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i> dengan jelas akan menyebabkan privasi saya hilang					
Saya tidak akan memberikan informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> dengan jelas					
Saya akan memberikan Informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> seperlunya					

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i> hanya diberikan kepada orang yang dikenal					
Bagi saya memberikan informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i> kepada orang yang saya kenal adalah hal yang wajar					
Saya memberikan informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i> kepada orang yang saya kenal					
<i>WhatsApp</i> akan menjaga informasi pribadi yang saya berikan					
Saya akan memberikan informasi pribadi saya pada <i>WhatsApp</i>					
Saya percaya <i>WhatsApp</i> akan menjaga informasi pribadi saya					

Setelah itu pada bagian *risk* pengguna *WhatsApp* terhadap informasi pribadinya, dimana penulis ingin mengetahui apakah pengguna tau dan paham akan risiko yang akan muncul jika informasi pribadi disebar. Penulis memberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5. Tabel 4.8 adalah tampilan dari kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Pertanyaan awareness

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Saya tahu jika menyebarkan informasi pribadi saya dalam					




Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<i>WhatsApp</i> akan membuat banyak masalah privasi yang tak terduga					
Saya akan menghindari menyebarkan informasi pribadi saya dalam <i>WhatsApp</i>					
Saya tidak menyebarkan informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i> agar tidak memunculkan masalah privasi					
Informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i> yang menyebar bisa menyebabkan risiko pengguna kehilangan privasi (seperti orang yang tidak saya kenal dapat mengetahui informasi pribadi saya)					
Saya akan menjaga informasi pribadi dalam <i>WhatsApp</i> agar privasi saya tetap aman					
Saya ingin privasi saya tidak diketahui orang lain					
Resiko dalam <i>WhatsApp</i> dapat menghubungkan dari handpone ke komputer dapat menimbulkan bahaya peretasan akun					
Saya mengerti bahwa mengkoneksikan <i>WhatsApp</i> ke					

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
perangkat lain yang bukan punya saya akan menimbulkan risiko					
Saya tidak akan menyambungkan <i>WhatsApp</i> saya ke perangkat lain					

#### 4.3.2 Penyebaran Kuesioner

Pada tahapan ini akan menjelaskan perancangan yang dilakukan peneliti dalam penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan untuk melakukan penyebaran kuesioner yaitu dengan cara *online* melalui *google form*. Setelah dibuat, alamat link kuesioner akan disebarakan kepada Mahasiswa ITS melalui media sosial seperti *Instagram*, *Line*, dan *Twitter*. Berikut tampilan *form* kuesioner *online*:

# Privacy Concern



## ANALISIS PENGARUH PRIVACY CONCERN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA WHATSAPP

Halo, perkenalkan saya Berry Humaidi Fuad mahasiswa S1 Departemen Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).

Saat ini saya sedang menempuh Tugas Akhir (TA)/Skripsi dan sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Privacy Concern terhadap kepercayaan dan risiko pada pengguna WhatsApp.

Demi kelancaran TA saya, saya meminta ketersediaan teman-teman semua untuk membantu mengisi survei ini.

Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

1. Merupakan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).
2. Angkatan 2019-2016++.
3. Menggunakan aplikasi WhatsApp pribadi (bukan for business).


Atas ketersediaan, saya mengucapkan banyak terimakasih.

CP Peneliti:  
Line: berryhumaidi  
Email: [berryfuad@gmail.com](mailto:berryfuad@gmail.com)

\* Required

Gambar 4. 2 Tampilan Kuesioner (1)

# Privacy Concern



## ANALISIS PENGARUH PRIVACY CONCERN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA WHATSAPP

\* Required

### Kesadaran dalam penggunaan WhatsApp

Pada bagian kesadaran dalam penggunaan WhatsApp, diberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5.

WhatsApp memudahkan saya dalam hal berbagi informasi \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Saya senang jika berkomunikasi menggunakan WhatsApp \*

1      2      3      4      5

Gambar 4. 3 Tampilan Kuesioner (2)



Gambar 4. 4 Tampilan Kuesioner (3)

Hasil data responden dari penyebaran kuesioner yang didapat paling tidak sesuai dengan target responden yang telah ditentukan sebelumnya yaitu sebanyak 389 responden mahasiswa ITS. Target responden dihitung menggunakan rumus slovin. Dengan jumlah total mahasiswa ITS sebanyak 13.000.

$n = \frac{N}{1+(N.e^2)}$ , N adalah jumlah populasi mahasiswa ITS.

$$n = \frac{13.000}{1+(13.000.(0,05)^2)} = 389$$

### 4.3.3 Pengolahan Kuesioner

Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan terlebih dahulu pada data analisis menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 25*, dengan tujuan untuk menganalisis karakter responden. Setelah didapat hasil yang valid dan reliabel, maka akan dilakukan evaluasi model untuk mengetahui apakah kuesioner telah merepetasikan model yang telah ditentukan, sehingga apakah model telah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Evaluasi dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu evaluasi ukuran sampel, evaluasi asumsi normalitas dan linearitas, dan evaluasi atas outliers.

Evaluasi ukuran sampel dilakukan dengan memastikan bahwa jumlah responden telah sesuai yaitu antara 100-200 responden. Evaluasi asumsi dan linearitas dilakukan dengan menghitung apakah  $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ , maka distribusi data dianggap tidak normal. Nilai statistik  $Z_{hitung}$  dihasilkan melalui rumus sebagai berikut:

$$Z_{hitung} = \frac{Skewness}{\sqrt{\frac{6}{N}}}, \text{ dimana } N \text{ adalah ukuran sampel.}$$

Sedangkan nilai statistik  $Z_{tabel}$  dapat ditentukan dengan melihat tingkat signifikansi. Bila tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%), maka nilai kritis yang digunakan adalah sebesar  $\pm 1,96$ . Bila tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,01 (1%), maka nilai kritis yang digunakan adalah sebesar  $\pm 2,58$ . Sehingga,  $Z_{hitung}$  yang lebih besar dari nilai kritis dianggap asumsi normalitas ditolak atau distribusi data tidak normal. Untuk kasus yang tidak memenuhi asumsi tersebut, maka tidak akan diikutsertakan dalam analisis selanjutnya. Asumsi normalitas *multivariate* diamati pada baris terakhir *assesment of normality* dengan melihat c.r (critical ratio) yang diperoleh dari rumus:

$$c.r = \frac{\text{koefisien kurtosis}}{\text{standard error}} = \frac{\text{koefisien kurtosis}}{\sqrt{8p(p+2)/N}}$$

Keterangan:

P = jumlah indikator

N = ukuran sampel

Asusmsi lineritas data dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 25* dimana gambar garis linier antar variabel X dan Y yang baik adalah dimulai dari kiri bawah menuju ke kanan atas.

Tahapan evaluasi terakhir adalah evaluasi atas *outliers* yaitu observasi jawaban kuesioner yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim. Evaluasi dilakukan dengan *IBM SPSS Statistics 25* dengan mengkonversi hasil kuesioner kedalam *z-score*. Nilai ambang *z-score* yaitu berada pada rentang -3 sampai dengan 3. Kasus yang mempunyai  $-3 \geq z\text{-score} \geq 3$  akan dikategorikan sebagai *outliers* dan tetap akan diikutsertakan dalam analisis selanjutnya.

#### 4.4. Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan menggunakan SEM PLS. Dalam pendekatan analisis, data yang digunakan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian dengan objek penelitian. Untuk dapat menemukan hubungan dan jawaban dari pertanyaan penelitian, data yang sudah diolah akan dilakukan pendekatan analisis menggunakan teknik SEM PLS. Pendekatan analisis menggunakan teknik SEM PLS ini digunakan untuk menguji hubungan antara hipotesis dalam model APCO dan SCT. Berdasarkan hubungan tersebut, akan didapatkan jawaban apakah pengaruh kesadaran masalah kekhawatiran privasi pada pengguna *WhatsApp*.

#### **4.5. Perancangan Penarikan Akar Permasalahan dan Rekomendasi**

Perancangan rekomendasi dilakukan pada akhir penelitian. Rekomendasi yang dibuat dalam penelitian berdasarkan jawaban dari pertanyaan terbuka pada kuesioner serta hasil hipotesis yang telah didapat dari pengujian analisis data. Pengujian hipotesis akan mendapatkan hasil dimana hipotesis diterima dan hipotesis ditolak. Rekomendasi dibuat dengan disertai oleh studi literatur dari beberapa penerapan atau pengujian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diambil oleh penguji.



## BAB V IMPLEMENTASI

Bab ini akan menjelaskan mengenai implementasi dari perancangan penelitian studi kasus dan hasil dari pengolahan data yang didapatkan dari kuesioner pengaruh kesadaran kekhawatiran privasi pada pengguna *WhatsApp* serta implementasi terbentuknya usulan rekomendasi.

### 5.1. Pengumpulan Data

#### 5.1.1 Pelaksanaan

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survei dengan cara melakukan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara *online* oleh peneliti dengan target 389 responden yang merupakan mahasiswa ITS. Penyebaran kuesioner secara *online* dilakukan dengan menyebar link kuesioner online yang dapat diakses pada [intip.in/privacyconcern](http://intip.in/privacyconcern) melalui beberapa media sosial seperti *WhatsApp*, *Line*, *Instaram*, dan *Twitter*. Pengumpulan data dilakukan selama 32 hari yaitu mulai tanggal 1 Mei 2020 sampai tanggal 1 Juni 2020. Rincian aktivitas pengumpulan data dibuat realisasi seperti pada Tabel 5.1 sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Realisasi Aktivitas Pengumpulan Data

No	Tanggal	Aktivitas
1	23 Maret 2020 – 25 April 2020	Uji pemahaman kuesioner
2	28 April 2020 – 29 April 2020	Uji validitas dan reabilitas pertama
3	01 MEI 2020 – 01 JUNI 2020	Penyebaran kuesioner yang sudah valid kepada mahasiswa ITS

### 5.1.2 Pre: Uji Coba Kuesioner

Penyebaran kuesioner percobaan dilakukan secara online kepada mahasiswa ITS. Kuesioner disebarikan melalui media sosial *WhatsApp*, *Line*, dan *Instagram* dengan meminta bantuan teman-teman yang dikenal oleh penulis. Dilakukan juga teknik *paid promote* yang menggunakan media *Line* dan *Instagram* dari kepanitiaan dan akun yang banyak diikuti oleh mahasiswa ITS. Uji pemahaman dilakukan untuk memastikan item pertanyaan pada kuesioner dapat dipahami dan sesuai dengan maksud peneliti. Sedangkan, uji validitas dan reabilitas dilakukan pada masing-masing variabel pertanyaan agar didapatkan hasil apakah pertanyaan kuesioner sudah valid dan reliabel.

### 5.1.3 Uji Perangkat Kuesioner

Pada bagian ini dilakukan uji coba pada kuesioner yang telah dibuat untuk mengetahui apakah item pertanyaan pada kuesioner yang dibuat sudah reliabel dan valid. Setelah mendapatkan sampel 40 responden dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji coba yang dilakukan pada penelitian ini sebanyak 1 kali dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *Google form*. Berikut hasil dari percobaan uji reliabilitas dan validitas kuesioner:

Tabel 5. 2 Uji Coba Reliabilitas dan Validitas Kuesioner

Uji Coba ke-	Jumlah Responden	Jumlah Variabel Tidak Reliabel	Jumlah Item Tidak Valid	Solusi
1	40	-	-	-

Berikut hasil uji validitas menggunakan hasil dari nilai *Pearson Correlation* pada setiap item indikator menggunakan *tools SPSS*:

Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas menggunakan Nilai Pearson Correlation

Kode Indikator	<i>P-Value</i>	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Tabel-r	Keterangan
AW01	0,000	0,450	0,257	Valid
AW02	0,000	0,812	0,257	Valid
AW03	0,000	0,751	0,257	Valid
AW04	0,000	0,449	0,257	Valid
AW05	0,000	0,697	0,257	Valid
AW06	0,000	0,435	0,257	Valid
AW07	0,000	0,452	0,257	Valid
AW08	0,000	0,739	0,257	Valid
AW09	0,000	0,660	0,257	Valid
CT01	0,000	0,665	0,257	Valid
CT02	0,000	0,632	0,257	Valid
CT03	0,000	0,663	0,257	Valid
CT04	0,000	0,718	0,257	Valid
CT05	0,000	0,779	0,257	Valid
CT06	0,000	0,517	0,257	Valid

Kode Indikator	<i>P-Value</i>	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Tabel-r	Keterangan
CT07	0,000	0,572	0,257	Valid
CT08	0,000	0,594	0,257	Valid
CT09	0,000	0,775	0,257	Valid
CT10	0,000	0,848	0,257	Valid
CT11	0,000	0,896	0,257	Valid
CT12	0,000	0,787	0,257	Valid
PC01	0,000	0,544	0,257	Valid
PC02	0,000	0,546	0,257	Valid
PC03	0,000	0,571	0,257	Valid
PC04	0,000	0,774	0,257	Valid
PC05	0,000	0,777	0,257	Valid
PC06	0,000	0,713	0,257	Valid
PC07	0,000	0,544	0,257	Valid
PC08	0,000	0,518	0,257	Valid
PC09	0,000	0,686	0,257	Valid
TR01	0,000	0,402	0,257	Valid
TR02	0,000	0,321	0,257	Valid
TR03	0,000	0,560	0,257	Valid
TR04	0,000	0,553	0,257	Valid

Kode Indikator	<i>P-Value</i>	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Tabel-r	Keterangan
TR05	0,000	0,567	0,257	Valid
TR06	0,000	0,505	0,257	Valid
TR07	0,000	0,614	0,257	Valid
TR08	0,000	0,511	0,257	Valid
TR09	0,000	0,754	0,257	Valid
RI01	0,000	0,654	0,257	Valid
RI02	0,000	0,709	0,257	Valid
RI03	0,000	0,715	0,257	Valid
RI04	0,000	0,580	0,257	Valid
RI05	0,000	0,426	0,257	Valid
RI06	0,000	0,361	0,257	Valid
RI07	0,000	0,576	0,257	Valid
RI08	0,000	0,700	0,257	Valid
RI09	0,000	0,491	0,257	Valid

Berdasarkan Tabel 5.3, dapat dilihat bahwa nilai *pearson correlation* pada semua item indikator lebih besar dari nilai Tabel-r, sehingga seluruh item indikator dapat dikatakan valid.

Berikut hasil uji reliabilitas dari setiap variabel penelitian menggunakan *tools* SPSS:

Tabel 5. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> ( $\alpha$ )	Keterangan
<i>Awareness</i>	0,792	Reliabel
<i>Control</i>	0,910	Reliabel
<i>Privacy Concern</i>	0,818	Reliabel
<i>Trust</i>	0,742	Reliabel
<i>Risk</i>	0,721	Reliabel

Pada saat melakukan uji reliabilitas pada *tools* SPSS, nilai *cronbach's alpha* dapat langsung dilihat. Apabila nilai *cronbach's alpha* bernilai lebih dari 0,6 maka data memiliki konsistensi yang dapat diterima. Tabel 5.4 Menunjukkan nilai *cronbach's alpha* pada setiap variabel penelitian memiliki nilai lebih dari 0,6. Maka dari itu, data dapat dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi yang dapat diterima.

#### 5.1.4 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada mahasiswa ITS dari angkatan 2019 sampai 2016++ dengan jumlah responden yang telah ditetapkan. Penyebaran dilakukan secara *online* dengan membagikan link kuesioner di medial sosial *WhatsApp*, *Line*, *Instagram*, dan *Twitter*.

## 5.2 Penyebaran Kuesioner

### 5.2.1 Uji Validitas

Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas

Kode Indikator	<i>P-Value</i>	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Tabel-r	Keterangan
AW01	0,000	0,450	0,257	Valid
AW02	0,000	0,812	0,257	Valid
AW03	0,000	0,751	0,257	Valid
AW04	0,000	0,449	0,257	Valid
AW05	0,000	0,697	0,257	Valid
AW06	0,000	0,435	0,257	Valid
AW07	0,000	0,452	0,257	Valid
AW08	0,000	0,739	0,257	Valid
AW09	0,000	0,660	0,257	Valid
CT01	0,000	0,665	0,257	Valid
CT02	0,000	0,632	0,257	Valid
CT03	0,000	0,663	0,257	Valid
CT04	0,000	0,718	0,257	Valid
CT05	0,000	0,779	0,257	Valid
CT06	0,000	0,517	0,257	Valid
CT07	0,000	0,572	0,257	Valid

Kode Indikator	<i>P-Value</i>	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Tabel-r	Keterangan
CT08	0,000	0,594	0,257	Valid
CT09	0,000	0,775	0,257	Valid
CT10	0,000	0,848	0,257	Valid
CT11	0,000	0,896	0,257	Valid
CT12	0,000	0,787	0,257	Valid
PC01	0,000	0,544	0,257	Valid
PC02	0,000	0,546	0,257	Valid
PC03	0,000	0,571	0,257	Valid
PC04	0,000	0,774	0,257	Valid
PC05	0,000	0,777	0,257	Valid
PC06	0,000	0,713	0,257	Valid
PC07	0,000	0,544	0,257	Valid
PC08	0,000	0,518	0,257	Valid
PC09	0,000	0,686	0,257	Valid
TR01	0,000	0,402	0,257	Valid
TR02	0,000	0,321	0,257	Valid
TR03	0,000	0,560	0,257	Valid
TR04	0,000	0,553	0,257	Valid
TR05	0,000	0,567	0,257	Valid



Kode Indikator	<i>P-Value</i>	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Tabel-r	Keterangan
TR06	0,000	0,505	0,257	Valid
TR07	0,000	0,614	0,257	Valid
TR08	0,000	0,511	0,257	Valid
TR09	0,000	0,754	0,257	Valid
RI01	0,000	0,654	0,257	Valid
RI02	0,000	0,709	0,257	Valid
RI03	0,000	0,715	0,257	Valid
RI04	0,000	0,580	0,257	Valid
RI05	0,000	0,426	0,257	Valid
RI06	0,000	0,361	0,257	Valid
RI07	0,000	0,576	0,257	Valid
RI08	0,000	0,700	0,257	Valid
RI09	0,000	0,491	0,257	Valid

### 5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan apakah variabel yang diukur dapat mengukur sesuatu secara konsisten dari waktu ke waktu. Variabel dapat dinyatakan reliabel bila memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari setiap variabel penelitian:

Tabel 5. 6 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>			
<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Awareness</i>	0,792	9	Reliabel
<i>Control</i>	0,910	12	Reliabel
<i>Privacy Concern</i>	0,818	9	Reliabel
<i>Trust</i>	0,742	9	Reliabel
<i>Risk</i>	0,721	9	Reliabel

### 5.3 Karakteristik Responden

Hasil analisis karakteristik responden dalam hasil penelitian ini dijelaskan untuk mengetahui gambaran dari responden meliputi jenis kelamin, angkatan, dan lama menggunakan *WhatsApp*. Target responden dihitung menggunakan rumus slovin. Dengan jumlah total mahasiswa ITS sebanyak 13.000.

$n = \frac{N}{1+(N.e^2)}$ , N adalah jumlah populasi mahasiswa ITS.

$$n = \frac{13.000}{1+(13.000.(0,05)^2)} = 389$$

Jumlah total dari responden sebanyak 404 mahasiswa ITS, kuesioner dilakukan secara online menggunakan *google form*. *Usable response rate* diperoleh 100% dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Response rate} = \frac{\sum \text{Kuesioner yang digunakan}}{\sum \text{Kuesioner yang didapatkan}} \times 100\%$$

$$\text{Response rate} = \frac{404}{404} \times 100\% = 100\%$$

Mengenai karakteristik responden hasil penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 5. 7 Hasil Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik		Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	180	44,7
	Perempuan	224	55,3
Angkatan	2016	112	27,7
	2017	93	23,0
	2018	100	24,8
	2019	99	24,5
Lama Penggunaan <i>WhatsApp</i> (WA)	< 1 Jam	68	16,8
	> 1 Jam	2	0,5
	1 - 3 Jam	95	23,5
	3 - 5 Jam	88	21,8
	> 5 Jam	151	37,4

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari 404 responden, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, mahasiswa angkatan 2016, dan lama penggunaan *WhatsApp* lebih dari 5 jam dalam sehari.

### 5.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan gambaran variabel penelitian yang diperoleh berdasarkan jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan pada kuesioner. Hasil tabulasi tersebut kemudian diolah dengan menggunakan nilai indeks untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat persepsi responden atas setiap variabel yang diteliti.

a) Deskripsi Variabel *Awareness* (X1)

Variabel *Awareness* (X1) diukur dengan 9 indikator yang diuraikan pada tabel 5.8 berikut ini:

Tabel 5. 8 Statistik Deskriptif Variabel *Awareness* (X1)

X1	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Fre k.	%	Fre k.	%	Fre k.	%	Fre k.	%	Fre k.	%	
X1.1	0	0,0	3	0,7	27	6,7	87	21,5	28 7	71,0	4,63
X1.2	7	1,7	17	4,2	81	20,0	123	30,4	17 6	43,6	4,10
X1.3	2	0,5	7	1,7	42	10,4	121	30,0	23 2	57,4	4,42
X1.4	0	0,0	4	1,0	21	5,2	118	29,2	26 1	64,6	4,57

X1	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Fre k.	%	Fre k.	%	Frek.	%	Fre k.	%	Fre k.	%	
X1.5	2	0,5	13	3,2	67	16,6	125	30,9	197	48,8	4,24
X1.6	1	0,2	0	0,0	18	4,5	66	16,3	319	79,0	4,74
X1.7	6	1,5	10	2,5	58	14,4	124	30,7	206	51,0	4,27
X1.8	10	2,5	48	11,9	83	20,5	116	28,7	147	36,4	3,85
X1.	1	0,2	18	4,5	57	14,1	106	26,2	222	55,0	4,31
Rata-Rata Variabel	29	0,8	120	3,3	454	12,5	986	27,1	2047	56,3	4,35

Berdasarkan Tabel 5.8, diperoleh nilai rata-rata jawaban dari 404 responden untuk seluruh pertanyaan terkait variabel *Awareness (X1)* adalah sebesar 4,35 yang menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab setuju. Jawaban tertinggi responden berada pada indikator “Saya ingin informasi pribadi saya dalam WhatsApp tidak tersebar luas” (rata-rata 4,74) sedangkan jawaban terendah responden berada pada indikator “Saya tidak akan memberikan informasi pribadi saya kepada orang lain dalam WhatsApp” (rata-rata 4,10).

b) Deskripsi Variabel *Control (X2)*

Variabel *Control (X2)* diukur dengan 12 indikator yang dijabarkan pada tabel 5.9 berikut ini:

Tabel 5. 9 Statistik Deskriptif Variabel Control (X2)

X2	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
X2.1	35	8,7	55	13,6	128	31,7	102	25,2	84	20,8	3,36
X2.2	40	9,9	86	21,3	101	25,0	102	25,2	75	18,6	3,21
X2.3	19	4,7	48	11,9	85	21,0	138	34,2	114	28,2	3,69
X2.4	21	5,2	36	8,9	44	10,9	101	25,0	202	50,0	4,06

X2	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
X2.5	22	5,4	43	10,6	45	11,1	108	26,7	186	46,0	3,97
X2.6	14	3,5	47	11,6	48	11,9	100	24,8	195	48,3	4,03
X2.7	8	2,0	25	6,2	68	16,8	118	29,2	185	45,8	4,11
X2.8	7	1,7	26	6,4	79	19,6	122	30,2	170	42,1	4,04
X2.9	10	2,5	35	8,7	74	18,3	117	29,0	168	41,6	3,99
X2.10	35	8,7	80	19,8	82	20,3	78	19,3	129	31,9	3,46
X2.11	34	8,4	82	20,3	78	19,3	81	20,0	129	31,9	3,47
X2.12	37	9,2	81	20,0	88	21,8	64	15,8	134	33,2	3,44
Rata-Rata Variabel	282	5,8	644	13,3	920	19,0	1231	25,4	1771	36,5	3,74



Berdasarkan Tabel 5.9, diperoleh nilai rata-rata jawaban dari 404 responden untuk seluruh pertanyaan terkait variabel *Control (X2)* adalah sebesar 3,74 yang menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab setuju. Jawaban tertinggi responden berada pada indikator “Melakukan setting status privacy dalam WhatsApp agar tidak semua orang mengetahui status privacy” (rata-rata 4,11) sedangkan jawaban terendah responden berada pada indikator “Saya melakukan control terhadap akun dalam WhatsApp saya dengan melakukan setting group agar hanya beberapa kontak saya yang bisa menambahkan saya ke grup” (rata-rata 3,21).

c) Deskripsi Variabel *Privacy Concern (Z1)*

Variabel *Privacy Concern (Z1)* diukur dengan 9 indikator yang diuraikan pada tabel 5.10 sebagai berikut:

Tabel 5. 10 Statistik Deskriptif Variabel Privacy Concern (Z1)

Z3	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Z1.1	0	0,0	3	0,7	13	3,2	75	18,6	313	77,5	4,73
Z1.2	1	0,2	0	0,0	9	2,2	47	11,6	347	85,9	4,83
Z1.3	0	0,0	5	1,2	27	6,7	103	25,5	269	66,6	4,57

Z3	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Z1.4	11	2,7	22	5,4	92	22,8	128	31,7	151	37,4	3,96
Z1.5	4	1,0	14	3,5	63	15,6	145	35,9	178	44,1	4,19
Z1.6	8	2,0	12	3,0	87	21,5	130	32,2	167	41,3	4,08
Z1.7	6	1,5	15	3,7	95	23,5	114	28,2	174	43,1	4,08
Z1.8	4	1,0	10	2,5	54	13,4	111	27,5	225	55,7	4,34
Z1.9	4	1,0	7	1,7	50	12,4	123	30,4	220	54,5	4,36
Rata-Rata Variabel	38	1,0	88	2,4	490	13,5	976	26,8	2044	56,2	4,35

Berdasarkan Tabel 5.10, diperoleh nilai rata-rata jawaban dari 404 responden untuk seluruh pertanyaan terkait variabel *Privacy Concern (Z1)* adalah sebesar 4,35 yang menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab setuju. Jawaban tertinggi responden berada pada indikator “Orang lain tidak boleh menggunakan informasi pribadi saya untuk membuat akun tiruan dalam WhatsApp” (rata-rata 4,83) sedangkan jawaban terendah responden berada pada indikator “Reputasi saya akan menurun jika informasi pribadi dalam WhatsApp tersebar luas” (rata-rata 3,96).

d) Deskripsi Variabel *Trust (Z2)*

Variabel *Trust (Z2)* diukur dengan 9 indikator yang disajikan pada tabel 5.11 berikut ini:

Tabel 5. 11 Statistik Deskriptif Variabel Trust (Z2)

Z2	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Z2.1	12	3,0	17	4,2	74	18,3	145	35,9	156	38,6	4,03
Z2.2	2	0,5	13	3,2	69	17,1	145	35,9	175	43,3	4,18
Z2.3	2	0,5	6	1,5	46	11,4	144	35,6	206	51,0	4,35
Z2.4	3	0,7	18	4,5	57	14,1	132	32,7	194	48,0	4,23

Z2	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Z2.5	7	1,7	24	5,9	77	19,1	177	43,8	119	29,5	3,93
Z2.6	4	1,0	18	4,5	74	18,3	173	42,8	135	33,4	4,03
Z2.7	21	5,2	45	11,1	122	30,2	125	30,9	91	22,5	3,54
Z2.8	34	8,4	60	14,9	159	39,4	99	24,5	52	12,9	3,19
Z2.9	26	6,4	46	11,4	146	36,1	124	30,7	62	15,3	3,37
Rata-Rata Variabel	111	3,1	247	6,8	824	22,7	1264	34,8	1190	32,7	3,87

Berdasarkan Tabel 5.11, diperoleh nilai rata-rata jawaban dari 404 responden untuk seluruh pertanyaan terkait variabel *Trust* (*Z2*) adalah sebesar 3,87 yang menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab setuju. Jawaban tertinggi responden berada pada indikator “Saya akan memberikan Informasi pribadi saya dalam WhatsApp seperlunya” (rata-rata 4,35) sedangkan jawaban terendah responden berada pada indikator “Saya akan memberikan informasi pribadi saya pada WhatsApp” (rata-rata 3,19).

e) Deskripsi Variabel *Risk* (*Y*)

Variabel *Risk* (*Y*) diukur dengan 9 indikator yang diuraikan pada tabel 5.12 sebagai berikut:

Tabel 5. 12 Statistik Deskriptif Variabel Risk (*X4*)

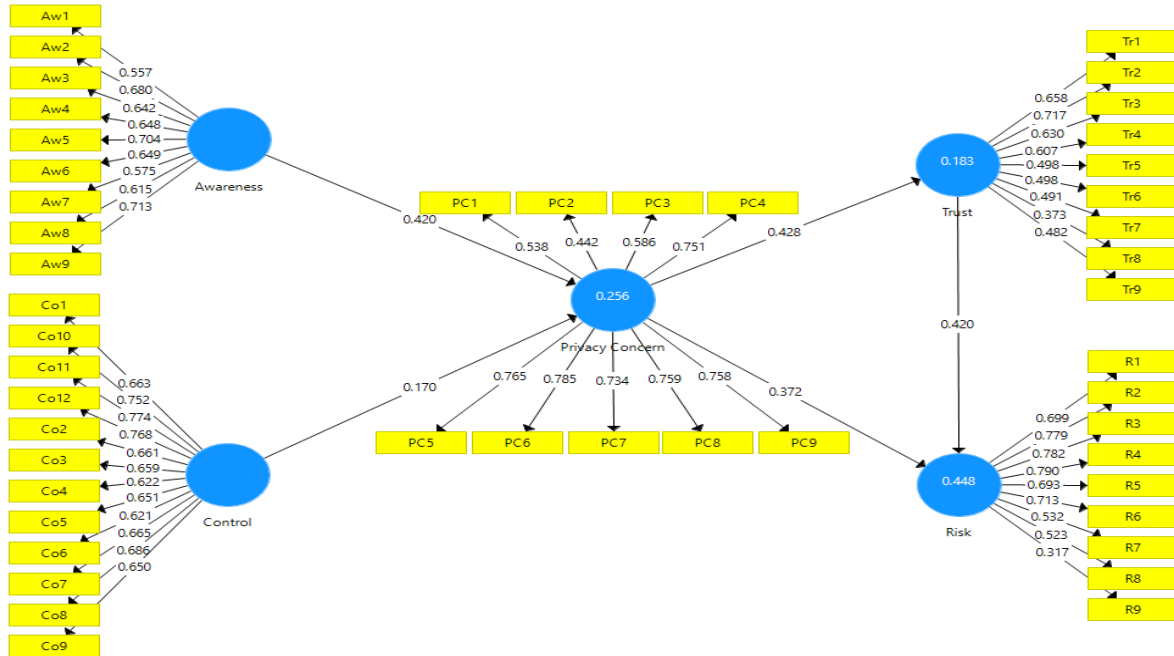
Y1	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Y1.1	2	0,5	6	1,5	59	14,6	167	41,3	170	42,1	4,23
Y1.2	0	0,0	7	1,7	70	17,3	143	35,4	184	45,5	4,25
Y1.3	2	0,5	8	2,0	65	16,1	177	43,8	152	37,6	4,16

Y1	STS		TS		CS		S		SS		Rata-Rata
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Y1.4	0	0,0	7	1,7	40	9,9	170	42,1	187	46,3	4,33
Y1.5	2	0,5	8	2,0	35	8,7	171	42,3	188	46,5	4,32
Y1.6	0	0,0	7	1,7	36	8,9	134	33,2	227	56,2	4,44
Y1.7	4	1,0	25	6,2	104	25,7	142	35,1	129	31,9	3,91
Y1.8	0	0,0	17	4,2	28	6,9	139	34,4	220	54,5	4,39
Y1.9	47	11,6	94	23,3	95	23,5	95	23,5	73	18,1	3,13
Rata-Rata Variabel	57	1,6	179	4,9	532	14,6	1338	36,8	1530	42,1	4,13

Berdasarkan Tabel 5.12, diperoleh nilai rata-rata jawaban dari 404 responden untuk seluruh pertanyaan terkait variabel *Risk* (*Y*) adalah sebesar 4,13 yang menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab setuju. Jawaban tertinggi responden berada pada indikator “Saya ingin privasi saya tidak diketahui orang lain” (rata-rata 4,44) sedangkan jawaban terendah responden berada pada indikator “Saya tidak akan menyambungkan WhatsApp saya ke perangkat lain” (rata-rata 3,13).

#### **5.4 Evaluasi Outer Model**

Evaluasi model pengukuran merupakan tahapan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas suatu konstruk, yaitu terdiri dari Evaluasi Validitas Konstruk dan Evaluasi Reliabilitas Konstruk. Masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 5. 1 Konstruk Outer Model



#### 5.4.1 Uji Convergen Validity

Evaluasi validitas konstruk dilakukan dengan menghitung validitas konvergen. Validitas konvergen diketahui melalui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Suatu instrument dikatakan memenuhi pengujian validitas konvergen apabila memiliki *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)* diatas 0.5. Hasil pengujian validitas konvergen disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5. 13 Hasil Pengujian Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE
<i>Awareness (X1)</i>	Aw1	0,557	0,415
	Aw2	0,680	
	Aw3	0,642	
	Aw4	0,648	
	Aw5	0,704	
	Aw6	0,649	
	Aw7	0,575	
	Aw8	0,615	
	Aw9	0,713	
<i>Control (X2)</i>	Co1	0,663	0,467
	Co2	0,661	

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE		
	Co3	0,659			
	Co4	0,622			
	Co5	0,651			
	Co6	0,621			
	Co7	0,665			
	Co8	0,686			
	Co9	0,650			
	Co10	0,752			
	Co11	0,774			
	Co12	0,768			
	<i>Privacy Concern (Z1)</i>	PC1		0,538	0,476
		PC2		0,442	
PC3		0,586			
PC4		0,751			
PC5		0,765			
PC6		0,785			
PC7		0,734			
PC8		0,759			
PC9		0,758			

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE
<i>Trust (Z2)</i>	Tr1	0,658	0,313
	Tr2	0,717	
	Tr3	0,630	
	Tr4	0,607	
	Tr5	0,498	
	Tr6	0,498	
	Tr7	0,491	
	Tr8	0,373	
	Tr9	0,482	
<i>Risk (Y)</i>	R1	0,699	0,442
	R2	0,779	
	R3	0,782	
	R4	0,790	
	R5	0,693	
	R6	0,713	
	R7	0,532	
	R8	0,523	
	R9	0,317	

Berdasarkan tabel 5.14 dapat diketahui bahwa masih terdapat indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,5 dan semua nilai AVE kurang dari 0,5. Sehingga dapat dikatakan pada masing-masing variabel dinyatakan belum valid, sehingga indikator-indikator yang menyusun variabelnya dikatakan kurang mampu mengukur variabelnya. Dengan demikian akan dilakukan reduksi pada indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,5 dan pada kasus nilai *loading factor* sudah diatas 0,5 tetapi nilai AVE nya kurang dari 0,5 akan direduksi indikator dengan nilai *loading factor* rendah.

Tabel 5. 14 Hasil Pengujian Validitas Konvergen setelah Reduksi

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE
<i>Awareness</i> (X1)	Aw2	0,750	0,531
	Aw4	0,649	
	Aw5	0,769	
	Aw8	0,694	
	Aw9	0,774	
<i>Control</i> (X2)	Co1	0,728	0,509
	Co2	0,730	
	Co3	0,718	
	Co7	0,624	
	Co8	0,646	
	Co9	0,607	
	Co10	0,768	

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE
	Co11	0,791	
	Co12	0,785	
<i>Privacy Concern (Z1)</i>	PC1	0,496	0,524
	PC3	0,581	
	PC4	0,781	
	PC5	0,782	
	PC6	0,807	
	PC7	0,751	
	PC8	0,764	
	PC9	0,765	
<i>Trus (Z2)</i>	Tr1	0,778	0,564
	Tr2	0,843	
	Tr3	0,613	
<i>Risk (Y)</i>	R1	0,708	0,529
	R2	0,808	
	R3	0,803	
	R4	0,797	
	R5	0,707	
	R6	0,727	

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE
	R7	0,490	

Berdasarkan tabel 5.14 di atas dapat diketahui bahwa setelah dilakukan reduksi pada indikator Aw1, Aw3, Aw6, dan Aw 7 pada variabel *Awareness*, indikator Co4, Co5, dan Co6, pada variabel *Control*, indikator PC2 pada variabel *Privacy Concern*, indikator Tr4 – Tr9 pada variabel *Trust*, juga indikator R8 dan R9 pada variabel *Risk*, semua indikator menghasilkan nilai *loading factor* bernilai lebih dari 0,5. Dan juga semua variabel menghasilkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang lebih besar dari 0,5. Dengan demikian berdasarkan validitas konvergen semua indikator tersebut dinyatakan valid untuk mengukur variabelnya.

#### 5.4.2 Uji Discriminant Validity

Validitas diskriminan dihitung menggunakan *cross loading* dengan kriteria bahwa apabila nilai *cross loading* dalam suatu variabel yang bersesuaian lebih besar dari nilai korelasi indikator pada variable lainnya, maka indikator tersebut dinyatakan valid dalam mengukur variabel yang bersesuaian. Hasil perhitungan *cross loading* disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5. 15 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan Cross Loading

	<i>Awareness (X1)</i>	<i>Control (X2)</i>	<i>Privacy Concern (Z1)</i>	<i>Trust (Z2)</i>	<i>Risk (Y)</i>
Aw2	0,750	0,221	0,221	0,323	0,298
Aw4	0,649	0,181	0,349	0,255	0,337

	<i>Awareness (X1)</i>	<i>Control (X2)</i>	<i>Privacy Concern (Z1)</i>	<i>Trust (Z2)</i>	<i>Risk (Y)</i>
Aw5	0,769	0,278	0,239	0,427	0,337
Aw8	0,694	0,238	0,187	0,391	0,313
Aw9	0,774	0,291	0,351	0,361	0,361
Co1	0,305	0,728	0,238	0,318	0,227
Co2	0,335	0,730	0,271	0,340	0,251
Co3	0,327	0,718	0,352	0,346	0,340
Co7	0,231	0,624	0,178	0,323	0,300
Co8	0,176	0,646	0,144	0,239	0,261
Co9	0,180	0,607	0,136	0,226	0,210
Co10	0,162	0,768	0,216	0,237	0,235
Co11	0,164	0,791	0,207	0,251	0,218
Co12	0,142	0,785	0,217	0,245	0,242
PC1	0,435	0,199	0,496	0,334	0,459
PC3	0,245	0,154	0,581	0,219	0,261
PC4	0,306	0,289	0,781	0,402	0,370
PC5	0,277	0,261	0,782	0,336	0,334
PC6	0,217	0,277	0,807	0,304	0,362
PC7	0,185	0,225	0,751	0,296	0,374

	<i>Awareness (X1)</i>	<i>Control (X2)</i>	<i>Privacy Concern (Z1)</i>	<i>Trust (Z2)</i>	<i>Risk (Y)</i>
PC8	0,302	0,220	0,764	0,404	0,447
PC9	0,233	0,230	0,765	0,283	0,407
Tr1	0,369	0,349	0,359	0,778	0,425
Tr2	0,426	0,332	0,419	0,843	0,552
Tr3	0,245	0,214	0,232	0,613	0,362
R1	0,276	0,292	0,526	0,413	0,708
R2	0,379	0,202	0,403	0,498	0,808
R3	0,429	0,376	0,395	0,479	0,803
R4	0,292	0,287	0,352	0,525	0,797
R5	0,313	0,169	0,340	0,380	0,707
R6	0,383	0,259	0,403	0,467	0,727
R7	0,258	0,247	0,286	0,268	0,490

Berdasarkan pengukuran *cross loading* pada tabel 5.15 di atas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan indikator-indikator dari semua variabel menghasilkan nilai *loading* yang lebih besar dari nilai *loading* pada variabel lainnya. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa dari uji validitas diskriminan, masing-masing indikator mampu mengukur variabel laten yang bersesuaian dengan indikatornya.

#### 5.4.3 Construct Reliability

Perhitungan yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas konstruk adalah *cronbach alpha* dan *composite reliability*.



Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila *composite reliability* bernilai lebih besar dari 0.7 dan *cronbach alpha* bernilai lebih besar dari 0.6 maka konstruk tersebut dinyatakan reliabel.

Hasil perhitungan *composite reliability* dan *cronbach alpha* dapat dilihat melalui ringkasan yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5. 16 Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Awareness (X1)</i>	0,786	0,849
<i>Control (X2)</i>	0,884	0,903
<i>Privacy Concern (Z1)</i>	0,865	0,896
<i>Trust (Z2)</i>	0,612	0,792
<i>Risk (Y)</i>	0,847	0,885

Berdasarkan tabel 5.16 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel menghasilkan salah satu nilai *chronbach alpha* lebih besar dari 0.6 atau nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7. Dengan demikian, berdasarkan perhitungan nilai *chronbach alpha* atau nilai *composite reliability* semua indikator dinyatakan reliabel dalam mengukur variabelnya.

### 5.5 Evaluasi Inner Model

Evaluasi model struktural atau *inner model* merupakan tahapan untuk mengevaluasi *goodness of fit* yang meliputi koefisien determinasi dan *predictive relevance* serta pengujian Hipotesis. *R square* adalah nilai *goodness of fit* pada PLS. Nilai tersebut menunjukkan kontribusi pengaruh variabel x terhadap y,

dengan rumus  $(1 - ((1 - R^2_{y1}) * (1 - R^2_{y2}) * dst))$ . Sedangkan Predictive relevance untuk mengukur seberapa besar model mendekati nilai sesungguhnya. Karena model yang baik dapat memprediksi nilai sesungguhnya dengan tepat. Model dikatakan baik jika nilai  $Q\text{-square}$  lebih dari 0. Masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:

### 5.5.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel endogen untuk menjelaskan keragaman variabel eksogen, atau dengan kata lain untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen. Adapun hasil  $R^2$  dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 5. 17 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Variabel Dependen	R Square	1-R Square	R Square Total
<i>Privacy Concern (Z1)</i>	0,199	0,801	0,6535
<i>Trust (Z2)</i>	0,451	0,549	
<i>Risk (Y)</i>	0,212	0,788	

Tabel 5.17 menunjukkan bahwa Nilai  $R\text{-square}$  pada variabel *Privacy Concern (Z1)* bernilai 0,199 atau 19,9%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa keragaman variabel *Privacy Concern (Z1)* mampu dijelaskan oleh variabel *Awareness (X1)* dan *Control (X2)* sebesar 19,9%, sedangkan sisanya sebesar 80,1% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Nilai  $R\text{-square}$  pada variabel *Trust (Z2)* bernilai 0,451 atau 45,1%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa keragaman variabel

*Trust* (Z2) mampu dijelaskan oleh variabel *Privacy Concern* (Z1) sebesar 45,1%, sedangkan sisanya sebesar 54,9% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Nilai *R-square* pada variabel *Risk* (Y) bernilai 0,212 atau 21,2%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa keragaman variabel *Risk* (Y) mampu dijelaskan oleh variabel *Privacy Concern* (Z1) dan *Trust* (Z2) sebesar 21,2%, sedangkan sisanya sebesar 78,8% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Nilai *R-square* total bernilai 0,6535 atau 65,35%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa keragaman variabel *Risk* (Y) mampu dijelaskan oleh variabel *Awareness* (X1) dan *Control* (X2) secara langsung maupun tidak langsung melalui *Privacy Concern* (Z1) dan *Trust* (Z2) sebesar 65,35%, sedangkan sisanya sebesar 34,65% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### 5.5.2 Predictive Relevance ( $Q^2$ )

Nilai  $Q^2$  dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai  $Q^2$  lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model dikatakan sudah cukup baik, sedangkan nilai  $Q^2$  kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif. Berikut hasil dari pengujian *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ):

Tabel 5. 18 Hasil Pengujian *Predictive Relevance* ( $Q^2$ )

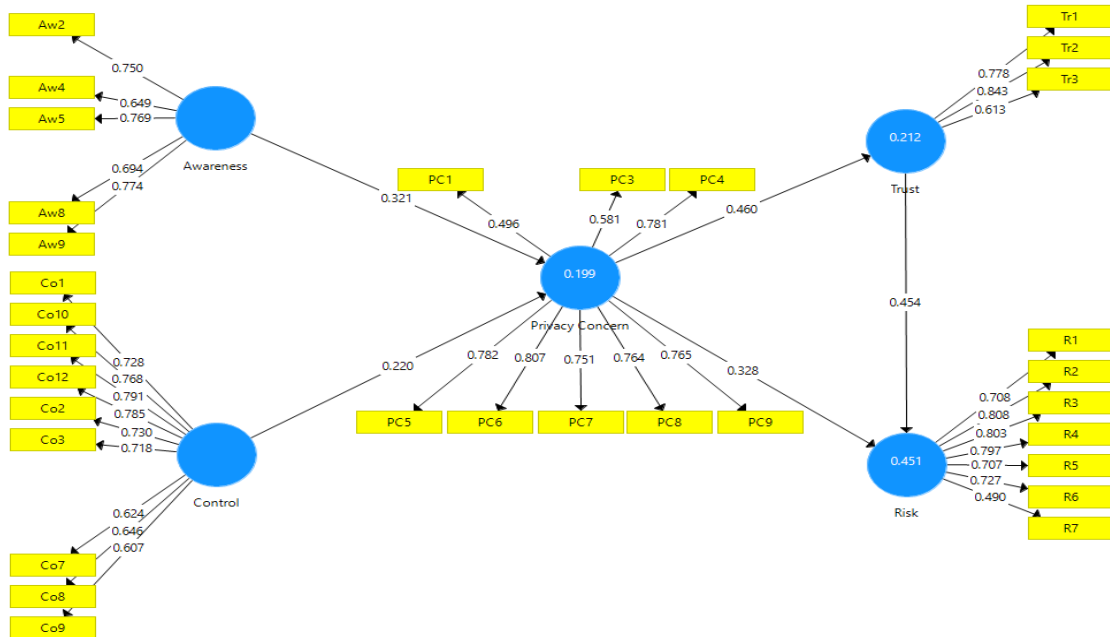
Variabel Dependen	SSO	SSE	$Q^2 (=1 - SSE/SSO)$
<i>Awareness</i> (X1)	2.020,000	2.020,000	1,000

<i>Control (X2)</i>	3.636,000	3.636,000	1,000
<i>Privacy Concern (Z1)</i>	3.232,000	2.943,520	0,089
<i>Trust (Z2)</i>	1.212,000	1.077,674	0,111
<i>Risk (Y)</i>	2.828,000	2.206,751	0,220

Hasil pada tabel 5.18 menunjukkan bahwa nilai *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ) lebih besar dari 0 (nol) yang menunjukkan bahwa model dikatakan sudah cukup baik.

### 5.5.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian signifikansi digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila nilai T-statistics  $\geq$  T-tabel (1,96) atau nilai P- Value  $<$  *significant alpha 5%* atau 0,05, maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil pengujian signifikansi dan model dapat diketahui melalui gambar dan tabel berikut.



Gambar 5. 2 Konstruk Inner Model

Tabel 5. 19 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<i>Awareness (X1) -&gt; Privacy Concern (Z1)</i>	0,321	6,144	0,000
<i>Control (X2) -&gt; Privacy Concern (Z1)</i>	0,220	4,180	0,000
<i>Privacy Concern (Z1) -&gt; Trust (Z2)</i>	0,460	8,975	0,000
<i>Privacy Concern (Z1) -&gt; Risk (Y)</i>	0,328	6,859	0,000
<i>Trust (Z2) -&gt; Risk (Y)</i>	0,454	10,701	0,000

Berdasarkan tabel 5.19 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 yaitu pengaruh *Awareness (X1)* terhadap *Privacy Concern (Z1)*. Pada hasil pengujian yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai T statistics pengaruh *Awareness (X1)* terhadap *Privacy Concern (Z1)* sebesar 6,144 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Awareness (X1)* terhadap *Privacy Concern (Z1)*. Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,321. Dengan demikian dapat diartikan, semakin baik *Awareness*

(X1) maka cenderung dapat meningkatkan *Privacy Concern* (Z1).

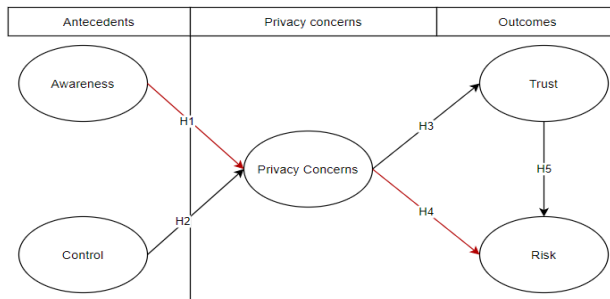
2. Hipotesis 2 yaitu pengaruh *Control* (X2) terhadap *Privacy Concern* (Z1). Pada hasil pengujian yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai T statistics pengaruh *Control* (X2) terhadap *Privacy Concern* (Z1) sebesar 4,180 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Control* (X2) terhadap *Privacy Concern* (Z1). Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,220. Dengan demikian dapat diartikan, semakin baik *Control* (X2) maka cenderung dapat meningkatkan *Privacy Concern* (Z1).
3. Hipotesis 3 yaitu pengaruh *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Trust* (Z2). Pada hasil pengujian yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai T statistics pengaruh *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Trust* (Z2) sebesar 8,975 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Trust* (Z2). Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,460. Dengan demikian dapat diartikan, semakin baik *Privacy Concern* (Z1) maka cenderung dapat meningkatkan *Trust* (Z2).
4. Hipotesis 4 yaitu pengaruh *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Risk* (Y). Pada hasil pengujian yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai T statistics pengaruh *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Risk* (Y) sebesar 6,859 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan  $p\text{-value} < 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Risk* (Y). Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,328. Dengan demikian dapat diartikan, semakin baik *Privacy Concern* (Z1) maka cenderung dapat meningkatkan *Risk* (Y).

5. Hipotesis 5 yaitu pengaruh *Trust* (Z2) terhadap *Risk* (Y). Pada hasil pengujian yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai T statistics pengaruh *Trust* (Z2) terhadap *Risk* (Y) sebesar 10,701 dengan nilai  $p\text{-value}$  sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan  $p\text{-value} < 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Trust* (Z2) terhadap *Risk* (Y). Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,454. Dengan demikian dapat diartikan, semakin tinggi *Trust* (Z2) maka cenderung dapat meningkatkan *Risk* (Y).

#### 5.5.4 Rangkuman Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hipotesis yang diterima dan ditolak.



Gambar 5. 3 Hasil Uji Hipotesis



Tabel 5.13 berikut menjelaskan hasil dari pengujian hipotesis.

Tabel 5. 20 Rangkuman Hipotesis

Hipotesis	Hasil	Keterangan	Contoh
<i>Awareness</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Privacy Concern</i>	Diterima	Semakin tinggi kesadaran dan kepedulian seseorang terhadap privasi, maka semakin tinggi kesadaran terhadap kekhawatiran menjaga keamanan privasi.	Hanya memberikan nomor pribadi kepada orang yang dikenal dan berkepentingan, agar nomor pribadi tidak tersebar dan disalahgunakan.
<i>Control</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Privacy Concern</i>	Ditolak	Semakin tinggi kontrol yang dilakukan, maka semakin tinggi kesadaran terhadap kekhawatiran menjaga keamanan privasi.	Melakukan <i>setting</i> pada foto profil agar hanya dapat dilihat oleh orang-orang yang dikehendaki.
<i>Privacy Concern</i> memiliki pengaruh positif signifikan	Ditolak	Semakin tinggi kesadaran terhadap kekhawatiran menjaga keamanan informasi, maka semakin tinggi	<i>WhatsApp</i> telah memberikan fasilitas untuk <i>privacy concern</i>

Hipotesis	Hasil	Keterangan	Contoh
terhadap <i>Trust</i>		kepercayaan terhadap <i>WhatsApp</i> .	sehingga pengguna mempercayai <i>WhatsApp</i> untuk digunakan sehari-hari.
<i>Privacy Concern</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Risk</i>	Diterima	Semakin tinggi kesadaran terhadap kekhawatiran menjaga keamanan informasi, maka semakin tinggi kesadaran akan risiko yang akan diterima.	Hanya memberikan nomor pribadi kepada orang yang dikenal dan berkepentingan, karena pengguna sadar akan risiko yang mungkin terjadi ketika nomor pribadi pengguna tersebar.
<i>Trust</i> memiliki pengaruh positif signifikan	Ditolak	Semakin tinggi kepercayaan terhadap <i>WhatsApp</i> , maka semakin tinggi kesadaran terhadap	Pengguna memilih dan percaya menggunakan <i>WhatsApp</i> karena <i>WhatsApp</i>

Hipotesis	Hasil	Keterangan	Contoh
terhadap <i>Risk</i>		risiko yang akan diterima.	telah memberikan fasilitas untuk mengamankan privasi pengguna.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisi mengenai paparan hasil penelitian dan rekomendasi yang diperlukan untuk meningkatkan kesadaran privasi informasi dan pengaruhnya pada mahasiswa ITS.

### 6.1. Hasil Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan mengenai hasil penelitian tugas akhir yang telah dilakukan oleh peneliti. Hasil penelitian ini disusun berdasarkan hipotesis yang diterima dan ditolak pada saat dilakukan uji model penelitian. Dari lima hipotesis yang diusulkan dalam penelitian, setelah dilakukan pengolahan uji hipotesis terdapat dua hipotesis yang diterima dan tiga hipotesis yang ditolak. Berikut paparan penjelasan masing-masing variabel yang berpengaruh secara signifikan.

#### 6.1.1 Hipotesis yang diterima

##### a) Pengaruh *Awareness* terhadap *Privacy Concern*

Dalam mengetahui hubungan antara pengaruh variabel *Awareness* terhadap *Privacy Concern*, dapat diketahui melalui analisis PLS yang dijelaskan pada bab implementasi dengan menggunakan *software* Smart PLS.

Berdasarkan dari hasil analisis PLS yang telah dipaparkan pada bab implementasi sebelumnya, diketahui bahwa variabel *Awareness* berpengaruh positif terhadap variabel *Privacy Concern*. Hal ini dibuktikan dengan nilai T statistics pengaruh *Awareness* (X1) terhadap *Privacy Concern* (Z1) sebesar 6,144 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Awareness* (X1) terhadap *Privacy Concern* (Z1). Dengan demikian **hipotesis 1 terpenuhi**. Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,321. Nilai tersebut digunakan untuk

menunjukkan pengaruh variable *Awareness* dan variable *Privacy Concern*.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 mengenai hubungan antara variabel *Awareness* terhadap variabel *Privacy Concern* memiliki hubungan positif yang signifikan**. Dari kesimpulan tersebut, apabila dilakukan peningkatan terhadap kesadaran mahasiswa ITS dalam menjaga informasi pribadinya akan berdampak langsung terhadap tingkat kekhawatiran privasi yang akan diterima oleh pengguna *WhatsApp*. Hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran dari mahasiswa ITS dalam menjaga informasi pribadinya sehingga tingkat kekhawatiran privasi yang akan diterima cenderung akan membuat kekhawatiran privasi akan terjaga dalam menggunakan *WhatsApp*.

Selain paparan mengenai hasil analisis PLS diatas, peneliti juga melakukan analisis deskriptif. Berdasarkan dari analisis deskriptif yang telah dipaparkan pada bab implementasi, variabel *Awareness* memiliki *mean* sebesar 4,35 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bawa mahasiswa ITS menjawab setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Awareness* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,74 terdapat pada kode indikator X1.6 yang memiliki pertanyaan “Saya ingin informasi pribadi saya dalam *WhatsApp* tidak tersebar luas”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS sangat setuju dengan informasi pribadi mereka dalam *WhatsApp* tidak tersebar luaskan. Tidak tersebar luaskan memiliki arti bahwa informasi pribadi mereka tidak boleh diambil dan dibagikan kebanyak orang atau pengguna yang lain.

- *Mean* terendah sebesar 4,10 terdapat pada kode indikator X1.2 yang memiliki pertanyaan “Saya tidak akan memberikan informasi pribadi saya kepada orang lain dalam *WhatsApp*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa mereka tidak akan memberikan informasi pribadinya kepada orang lain ataupun pengguna lain dalam *WhatsApp*.

Pada variabel *Privacy Concern* memiliki *mean* sebesar 4,35 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Privacy Concern* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,83 terdapat pada kode indikator Z1.2 yang memiliki pertanyaan “Orang lain tidak boleh menggunakan informasi pribadi saya untuk membuat akun tiruan dalam *WhatsApp*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa pengguna lain tidak boleh menggunakan informasi pribadinya dalam *WhatsApp*.
- *Mean* terendah sebesar 3,96 terdapat pada kode indikator Z1.4 yang memiliki pertanyaan “Reputasi saya akan menurun jika informasi pribadi dalam *WhatsApp* tersebar luas”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa reputasi mereka akan terancam menurun jika ada pengguna lain menyalahgunakan informasi pribadinya.

#### b) Pengaruh *Privacy Concern* terhadap *Risk*

Dalam mengetahui hubungan antara pengaruh variabel *Privacy Concern* terhadap *Risk*, dapat diketahui melalui analisis PLS yang dijelaskan pada bab implementasi dengan menggunakan

*software* Smart PLS.

Berdasarkan dari hasil analisis PLS yang telah dipaparkan pada bab implementasi sebelumnya, diketahui bahwa variabel *Privacy Concern* berpengaruh positif terhadap variabel *Risk*. Hal ini dibuktikan dengan nilai T statistics pengaruh *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Risk* (Y) sebesar 6,859 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Risk* (Y). Dengan demikian **hipotesis 4 terpenuhi**. Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,328. Nilai tersebut digunakan untuk menunjukkan pengaruh variable *Privacy Concern* dan variable *Risk*.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 4 mengenai hubungan antara variabel *Privacy Concern* terhadap variabel *Risk* memiliki hubungan positif yang signifikan**. Dari kesimpulan tersebut, tingkat kekhawatiran privasi yang terjadi pada mahasiswa ITS akan berpengaruh terhadap risiko yang akan terjadi pada informasi pribadinya. Hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi untuk mahasiswa ITS dalam menangani kekhawatiran privasinya yang ada agar tidak timbul risiko yang negatif yang akan mahasiswa ITS dapatkan.

Selain paparan mengenai hasil analisis PLS diatas, peneliti juga melakukan analisis deskriptif. Berdasarkan dari analisis deskriptif yang telah dipaparkan pada bab implementasi, variabel *Privacy Concern* memiliki *mean* sebesar 4,35 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Privacy Concern* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:



- *Mean* tertinggi sebesar 4,83 terdapat pada kode indikator Z1.2 yang memiliki pertanyaan “Orang lain tidak boleh menggunakan informasi pribadi saya untuk membuat akun tiruan dalam *WhatsApp*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa pengguna lain tidak boleh menggunakan informasi pribadinya dalam *WhatsApp*.
- *Mean* terendah sebesar 3,96 terdapat pada kode indikator Z1.4 yang memiliki pertanyaan “Reputasi saya akan menurun jika informasi pribadi dalam *WhatsApp* tersebar luas”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa reputasi mereka akan terancam menurun jika ada pengguna lain menyalahgunakan informasi pribadinya.

Pada variabel *Risk* memiliki *mean* sebesar 4,13 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Risk* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,44 terdapat pada kode indikator Z1.2 yang memiliki pertanyaan “Saya ingin privasi saya tidak diketahui orang lain”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa pengguna lain tidak ingin risiko terhadap informasi pribadinya diketahui oleh orang lain.
- *Mean* terendah sebesar 3,13 terdapat pada kode indikator Z1.4 yang memiliki pertanyaan “Saya tidak akan menyambungkan *WhatsApp* saya ke perangkat lain”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa mereka tidak ingin menyambungkan *WhatsApp* ke perangkat ataupun media sosial yang lain.

### 6.1.2 Hipotesis yang ditolak

#### a) Pengaruh *Control* terhadap *Privacy Concern*

Dalam mengetahui hubungan antara pengaruh variabel *Control* terhadap *Privacy Concern*, dapat diketahui melalui analisis PLS yang dijelaskan pada bab implementasi dengan menggunakan *software Smart PLS*.

Berdasarkan dari hasil analisis PLS yang telah dipaparkan pada bab implementasi sebelumnya, diketahui bahwa variabel *Control* berpengaruh positif terhadap variabel *Privacy Concern*. Hal ini dibuktikan dengan nilai T statistics pengaruh *Control* (X2) terhadap *Privacy Concern* (Z1) sebesar 6,144 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Control* (X2) terhadap *Privacy Concern* (Z1). Dengan demikian **hipotesis 2 tidak terpenuhi**. Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,220. Nilai tersebut digunakan untuk menunjukkan pengaruh variable *Control* dan variable *Privacy Concern*.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 mengenai hubungan antara variabel *Control* terhadap variabel *Privacy Concern* memiliki hubungan positif yang signifikan**. Dari kesimpulan tersebut, apabila dilakukan peningkatan terhadap kontrol mahasiswa ITS dalam menjaga informasi pribadinya akan berdampak langsung terhadap tingkat kekhawatiran privasi yang akan diterima oleh pengguna *WhatsApp*. Hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran dari mahasiswa ITS dalam mengontrol informasi pribadinya sehingga tingkat kekhawatiran privasi yang akan diterima cenderung akan membuat kekhawatiran privasi akan terjaga dalam menggunakan *WhatsApp*.

Hipotesis ini dapat dikatakan ditolak karena hipotesis yang didapatkan dari pengujian berbeda dengan pengujian sebelumnya. Dalam pengujian sebelumnya dikatakan bahwa variabel *Control* terhadap variabel *Privacy Concern* memiliki hubungan negatif. Penjelasan dari pengujian sebelumnya adalah pengguna dapat melihat seluruh profil tetapi pengguna juga dapat membatasi orang lain dari melihat profil yang sama. Namun, sebagian besar pengguna tidak tahu cara menggunakan pengaturan perlindungan privasi yang disediakan [6]. Seperti pada penelitian France Bélanger dan Robert E. Crossler *control* pengguna dalam menjaga keamanan informasinya masih cenderung terabaikan [22]. Pengguna sadar akan adanya cara penggunaan perlindungan privasi yang sudah disediakan oleh media sosial, namun pengguna sendiri tidak menghiraukan karena mereka tidak merasakan efek secara langsung terkait permasalahan kekhawatiran privasi [22]. Sedangkan penjelasan dari hasil penelitian, pengguna sadar akan adanya cara untuk mengontrol privasi namun kebanyakan tidak melakukan kontrol tersebut. Perbedaan ini dapat ditimbulkan dari berbagai faktor. Faktor yang dapat mempengaruhi antara lain dari responden yang memiliki perbedaan generasi dan sosial budaya [22]. Dari faktor tersebut dapat mempengaruhi perbedaan hasil dari hipotesis yang muncul dari proses pengolahan data.

Selain paparan mengenai hasil analisis PLS diatas, peneliti juga melakukan analisis deskriptif. Berdasarkan dari analisis deskriptif yang telah dipaparkan pada bab implementasi, variabel *Control* memiliki *mean* sebesar 4,35 dengan 12 item pertanyaan yang menggambarkan bawa mahasiswa ITS menjawab setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Control* 3,74 yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,11 terdapat pada kode indikator X2.7 yang memiliki pertanyaan “Melakukan *setting status privacy* dalam *WhatsApp* agar tidak semua orang mengetahui *status privacy*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS sangat setuju bahwa dengan melakukan *setting status privacy* akan membuat penyebaran informasi pribadi hanya dilakukan kepada pengguna tertentu yang diyakini tidak akan melanjutkan penyebaran informasi pribadi tersebut.
- *Mean* terendah sebesar 3,21 terdapat pada kode indikator X2.2 yang memiliki pertanyaan “Saya melakukan *control* terhadap akun dalam *WhatsApp* saya dengan melakukan *setting group* agar hanya beberapa kontak saya yang bisa menambahkan saya ke grup”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS sangat setuju bahwa dengan melakukan *setting group* agar hanya kontak yang terdapat dalam *WhatsApp* yang hanya dapat menambahkannya ke dalam grup.

Pada variabel *Privacy Concern* memiliki *mean* sebesar 4,35 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Privacy Concern* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,83 terdapat pada kode indikator Z1.2 yang memiliki pertanyaan “Orang lain tidak boleh menggunakan informasi pribadi saya untuk membuat akun tiruan dalam *WhatsApp*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa pengguna lain tidak boleh menggunakan informasinya dalam *WhatsApp*.

- *Mean* terendah sebesar 3,96 terdapat pada kode indikator Z1.4 yang memiliki pertanyaan “Reputasi saya akan menurun jika informasi pribadi dalam *WhatsApp* tersebar luas”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa reputasi mereka akan terancam menurun jika ada pengguna lain menyalahgunakan informasi pribadinya.

b) Pengaruh *Privacy Concern* terhadap *Trust*

Dalam mengetahui hubungan antara pengaruh variabel *Privacy Concern* terhadap *Trust*, dapat diketahui melalui analisis PLS yang dijelaskan pada bab implementasi dengan menggunakan *software Smart PLS*.

Berdasarkan dari hasil analisis PLS yang telah dipaparkan pada bab implementasi sebelumnya, diketahui bahwa variabel *Privacy Concern* berpengaruh positif terhadap variabel *Trust*. Hal ini dibuktikan dengan nilai T statistics pengaruh *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Trust* (Z2) sebesar 8,975 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Privacy Concern* (Z1) terhadap *Trust* (Z2). Dengan demikian **hipotesis 3 tidak terpenuhi**. Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,460. Nilai tersebut digunakan untuk menunjukkan pengaruh variable *Privacy Concern* dan variable *Trust*.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 3 mengenai hubungan antara variabel *Privacy Concern* terhadap variabel *Trust* memiliki hubungan positif yang signifikan**. Dari kesimpulan tersebut, tingkat kekhawatiran privasi yang terjadi pada mahasiswa ITS akan berpengaruh terhadap kepercayaan yang sudah mereka terapkan. Hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi untuk mahasiswa

ITS terhadap kepercayaannya pada *WhatsApp*, dimana selain mereka mempercayai informasi pribadinya dalam *WhatsApp* mereka juga harus tetap memilah dan mengontrol informasi-informasi apa saja yang layak untuk diberikan.

Hipotesis ini dapat dikatakan ditolak karena hipotesis yang didapatkan dari pengujian berbeda dengan pengujian sebelumnya. Dalam pengujian sebelumnya dikatakan bahwa variabel *Privacy Concern* terhadap variabel *Trust* memiliki hubungan negatif. Penjelasan dari pengujian sebelumnya adalah *platform* media sosial hanya meyakinkan pengguna bahwa *platform* mereka sesuai dengan praktik hukum yang diperlukan untuk menjaga privasi pengguna, tetapi pengungkapan itu tidak memastikan bahwa *platform* yang diberikan dapat dipercaya [6]. Seperti pada penelitian Maria Moloney dan Frank Bannister, kepercayaan pengguna terhadap suatu media sosial dapat mengakibatkan keamanan privasi mereka tidak dihiraukan [23]. Kondisi seperti ini akan menimbulkan permasalahan dan pengguna akan kehilangan kepercayaannya [23]. Sedangkan penjelasan dari hasil penelitian, pengguna mengacuhkan pentingnya *privacy concern* karena pengguna merasa nyaman dan terbiasa menggunakan *platform* tersebut. Perbedaan ini dapat ditimbulkan dari berbagai faktor. Faktor yang dapat mempengaruhi antara lain dari responden yang memiliki perbedaan generasi dan sosial budaya [22]. Dari faktor tersebut dapat mempengaruhi perbedaan hasil dari hipotesis yang muncul dari proses pengolahan data.

Selain paparan mengenai hasil analisis PLS diatas, peneliti juga melakukan analisis deskriptif. Berdasarkan dari analisis deskriptif yang telah dipaparkan pada bab implementasi, variabel *Privacy Concern* memiliki *mean* sebesar 4,35 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Privacy*

*Concern* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,83 terdapat pada kode indikator Z1.2 yang memiliki pertanyaan “Orang lain tidak boleh menggunakan informasi pribadi saya untuk membuat akun tiruan dalam *WhatsApp*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa pengguna lain tidak boleh menggunakan informasi pribadinya dalam *WhatsApp*.
- *Mean* terendah sebesar 3,96 terdapat pada kode indikator Z1.4 yang memiliki pertanyaan “Reputasi saya akan menurun jika informasi pribadi dalam *WhatsApp* tersebar luas”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa reputasi mereka akan terancam menurun jika ada pengguna lain menyalahgunakan informasi pribadinya.

Pada variabel *Trust* memiliki *mean* sebesar 3,87 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Trust* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,35 terdapat pada kode indikator Z2.3 yang memiliki pertanyaan “Saya akan memberikan Informasi pribadi saya dalam *WhatsApp* seperlunya”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa akan memberikan informasi pribadinya kedalam *WhatsApp* seperlunya saja.
- *Mean* terendah sebesar 3,19 terdapat pada kode indikator Z2.8 yang memiliki pertanyaan “Saya akan memberikan informasi pribadi saya pada *WhatsApp*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa mereka percaya dan akan memberikan informasi pribadinya dalam *WhatsApp*.

c) Pengaruh *Trust* terhadap *Risk*

Dalam mengetahui hubungan antara pengaruh variabel *Trust* terhadap *Risk*, dapat diketahui melalui analisis PLS yang dijelaskan pada bab implementasi dengan menggunakan *software* Smart PLS.

Berdasarkan dari hasil analisis PLS yang telah dipaparkan pada bab implementasi sebelumnya, diketahui bahwa variabel *Trust* berpengaruh positif terhadap variabel *Risk*. Hal ini dibuktikan dengan nilai T statistics pengaruh *Trust* (Z2) terhadap *Risk* (Y) sebesar 10,701 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0,05$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Trust* (Z2) terhadap *Risk* (Y). Dengan demikian **hipotesis 5 tidak terpenuhi**. Koefisien yang dihasilkan bernilai positif yakni 0,454. Nilai tersebut digunakan untuk menunjukkan pengaruh variable *Trust* dan variable *Risk*.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 5 mengenai hubungan antara variabel *Trust* terhadap variabel *Risk* memiliki hubungan positif yang signifikan**. Dari kesimpulan tersebut, tingkat kepercayaan kepada *WhatsApp* yang terjadi pada mahasiswa ITS akan berpengaruh terhadap risiko yang akan terjadi pada informasi pribadinya. Hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi untuk mahasiswa ITS dalam kepercayaan terhadap *WhatsApp* yang ada agar tidak timbul risiko yang negatif yang akan mahasiswa ITS dapatkan.

Hipotesis ini dapat dikatakan ditolak karena hipotesis yang didapatkan dari pengujian berbeda dengan pengujian sebelumnya. Dalam pengujian sebelumnya dikatakan bahwa variabel *Trust* terhadap variabel *Risk* memiliki hubungan negatif. Penjelasan dari pengujian sebelumnya adalah tingkat kepercayaan yang sebelumnya ada pada media sosial dapat



secara signifikan mengurangi persepsi risiko pengguna [6]. Seperti pada penelitian Ari Kusyanti, Dita Rahma Puspitasari, Harin Puspa Ayu Catherin, Yustiana April, dan Lia sari yang menyatakan bahwa meskipun pengguna sadar dengan risiko kehilangan privasi dengan menggunakan suatu media sosial, itu tidak berpengaruh pada niat mereka untuk menggunakan media sosial tersebut [15]. Sedangkan penjelasan dari hasil penelitian, tingkat kepercayaan pengguna yang semakin meningkat akan membuat risiko yang didapatkan juga meningkat. Karena saat pengguna merasa nyaman dan aman. Hal tersebut akan berakibat pengguna secara tidak sadar bisa menyebarkan informasi privasi dan membuat risiko kehilangan privasi mungkin terjadi. Perbedaan ini dapat ditimbulkan dari berbagai faktor. Faktor yang dapat mempengaruhi antara lain dari responden yang memiliki perbedaan generasi dan sosial budaya. Dari faktor tersebut dapat mempengaruhi perbedaan hasil dari hipotesis yang muncul dari proses pengolahan data.

Selain paparan mengenai hasil analisis PLS diatas, peneliti juga melakukan analisis deskriptif. Berdasarkan dari analisis deskriptif yang telah dipaparkan pada bab implementasi, variabel *Trust* memiliki *mean* sebesar 3,87 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Trust* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

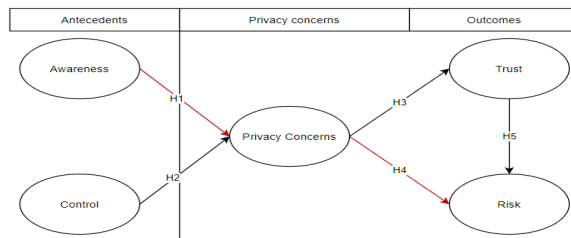
- *Mean* tertinggi sebesar 4,35 terdapat pada kode indikator Z2.3 yang memiliki pertanyaan “Saya akan memberikan Informasi pribadi saya dalam *WhatsApp* seperlunya”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa akan memberikan informasi pribadinya kedalam *WhatsApp* seperlunya saja.

- *Mean* terendah sebesar 3,19 terdapat pada kode indikator Z2.8 yang memiliki pertanyaan “Saya akan memberikan informasi pribadi saya pada *WhatsApp*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa mereka percaya dan akan memberikan informasi pribadinya dalam *WhatsApp*.

Pada variabel *Risk* memiliki *mean* sebesar 4,13 dengan 9 item pertanyaan yang menggambarkan bahwa mahasiswa ITS setuju.

Berikut merupakan item-item pernyataan dari variabel *Risk* yang mengacu pada nilai *mean* tertinggi dan nilai *mean* yang terendah pada data yang didapatkan:

- *Mean* tertinggi sebesar 4,44 terdapat pada kode indikator Z1.2 yang memiliki pertanyaan “Saya ingin privasi saya tidak diketahui orang lain”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa pengguna lain tidak ingin risiko terhadap informasi pribadinya diketahui oleh orang lain.
- *Mean* terendah sebesar 3,13 terdapat pada kode indikator Z1.4 yang memiliki pertanyaan “Saya tidak akan menyambungkan *WhatsApp* saya ke perangkat lain”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ITS setuju bahwa mereka tidak ingin menyambungkan *WhatsApp* ke perangkat ataupun media sosial yang lain.



Gambar 6. 1 Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan model tersebut, setelah dilakukan pengujian didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Awareness* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Privacy Concern*, sehingga hipotesis diterima.

H2: *Control* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Privacy Concern*, sehingga hipotesis ditolak.

H3: *Privacy Concern* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Trust*, sehingga hipotesis ditolak.

H4: *Privacy Concern* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Risk*, sehingga hipotesis diterima.

H5: *Trust* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Risk*, sehingga hipotesis ditolak.

## **6.2. Perancangan Rekomendasi**

Bagian ini berisi rancangan rekomendasi tindakan yang dilakukan berdasarkan hipotesis yang diterima maupun yang ditolak. Terdapat dua rekomendasi yang dihasilkan dalam penelitian ini, yaitu meningkatkan kesadaran *Privacy Concern* terhadap kepercayaan, rekomendasi tersebut merupakan hipotesis yang ditolak. Serta meningkatkan kesadaran *Privacy Concern* terhadap risiko. Penyusunan rekomendasi mengacu pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, hasil *open question* pada kuesioner, dan penelitian sebelumnya yang mendukung. Rekomendasi nantinya dapat menjadi masukan bagi mahasiswa ITS dan kampus ITS untuk meningkatkan kesadaran kekhawatiran privasi mahasiswa ITS dalam menjaga informasi pribadinya di *WhatsApp*. Dalam mengubah perilaku (*behavior*) seseorang terdapat beberapa proses yang mempengaruhi. Pertama adalah sisi kognitif atau pengetahuan, yang akan mempengaruhi sisi afeksi atau perasaan, kemudian akan mempengaruhi konasi atau sikap, dan barulah

mempengaruhi psikomotor atau perilaku seseorang. Perubahan dimulai dengan adanya pengetahuan (*knowledge*) seseorang akan sesuatu hal yang berubah menjadi perubahan sikap (*attitude*) yaitu keyakinan seseorang mengenai suatu hal. Dimana kedua perubahan tersebut dapat mempengaruhi seluruh keputusan seseorang dalam melakukan aktivitas [24]. Penjelasan tersebut berkesinambungan dengan tujuan dari rekomendasi yang dibuat agar mampu membantu seseorang dalam membuat keputusan.

#### 6.2.1 Meningkatkan Kesadaran *Privacy Concern* terhadap Kepercayaan Pengguna Media Sosial *WhatsApp*

Variabel *Privacy Concern* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *Trust*. Sehingga bila dilakukan peningkatan kesadaran dalam menjaga privasi maka kepercayaan terhadap penggunaan media sosial *WhatsApp* akan meningkat.

Rekomendasi dirancang berdasarkan penelitian sebelumnya serta hasil open question pada kuesioner dan divalidasi dengan adanya studi literatur, seperti tabel berikut:

Tabel 6 1 Perancangan Rekomendasi untuk Meningkatkan Kesadaran *Privacy Concern* terhadap kepercayaan pengguna media sosial *WhatsApp*

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
1	Meningkatkan pemahaman mahasiswa ITS dalam menjaga keamanan informasi pribadinya	Postingan di media sosial	Media sosial <i>Official account</i> ITS, BEM ITS, BEM Fakultas, dan Himpunan Mahasiswa	Memberikan pemahaman dengan melakukan postingan di media sosial tentang pentingnya menjaga kewanitaan informasi pribadi dengan menggunakan media sosial yang	Penggunaan media sosial memiliki peran yang sangat berpengaruh untuk menyampaikan atau memberikan informasi. Melalui pesan yang singkat, padat, dan jelas dapat membuat orang

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
				<p>sering diakses oleh mahasiswa. Pembuatan poster pada postingan dengan penjelasan yang menarik agar mahasiswa tertarik dan mengikuti informasi yang diberikan. Contohnya seperti cara <i>setting status privasi</i> pada <i>WhatsApp</i> agar tidak semua kontak atau orang yang tidak dikenal</p>	<p>orang mudah memahami isi yang disampaikan. Pembuatan secara menarik juga dapat memberikan efek yang sangat besar untuk pembacanya [24].</p> <p>Informasi atau infografis edukasi berupa tulisan, gambar, atau video mengenai pentingnya menjaga informasi yang di <i>posting</i></p>

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
				dapat melihat <i>status</i> pengguna.	pada media sosial secara berkala. Informasi dikemas secara kreatif dan inovatif [25].
2	Meningkatkan keinginan mahasiswa ITS untuk menjaga keamanan informasi pribadi	<i>Challenge</i> di media sosial ( <i>Creative Campaign</i> )	Media Sosial mahasiswa ITS	Membuat kegiatan <i>challenge</i> untuk mahasiswa di media sosialnya, pembuatan poster sekaligus penjelasan mereka tentang kepedulian dan penerapan keamanan informasi pribadi yang telah mereka	Kegiatan mengajak disertai dengan tantangan di media sosial dapat membuat perilaku seseorang menjadi merubah perilakunya dan terpacu terhadap tantangan tersebut [26].

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
				<p>terapkan. Contohnya pembuatan poster untuk langkah-langkah apa saja yang dapat dilakukan dalam pengaturan dalam <i>WhatsApp</i> untuk menjaga keamanan informasi.</p>	<p><i>Creative campaign</i></p> <p>berfokus pada kegiatan kreatif dengan memanfaatkan mahasiswa dan organisasi mahasiswa. Kegiatan dapat berupa sebuah kampanye aksi di media sosial dengan menggunakan <i>hashtag</i> untuk</p>



No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
					menarik perhatian mahasiswa [25].
3	Meningkatkan ketertarikan mahasiswa ITS untuk menjaga keamanan informasi pribadi	Video menarik singkat	Youtube dan media sosial <i>Official account</i> ITS, BEM ITS, BEM Fakultas, Himpunan Mahasiswa  Videotron pada Bundaran ITS	Melakukan pembuatan video singkat yang menarik agar mahasiswa ITS dapat setidaknya melihat dan mengetahui informasi yang terkandung dalam video tersebut. Contohnya membuat tutorial sebagai salah satu cara untuk menjaga	Pembuatan video singkat dapat membuat orang yang melintas akan melihat informasi tersebut. Hal tersebut dapat menjadi metode penyampaian pesan yang ideal untuk menampilkan informasi-informasi singkat dengan durasi

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
			Setiap Departemen di ITS	keamanan informasi dalam <i>WhatsApp</i> .	yang singkat [27].
4	Meningkatkan pemahaman mahasiswa ITS dalam menjaga keamanan informasi pribadinya	Postingan di media sosial	Media sosial <i>Official account</i> ITS, BEM ITS, BEM Fakultas, dan Himpunan Mahasiswa	Melakukan pemahaman tentang pentingnya menjaga keamanan informasi pribadi dengan menggunakan media sosial yang sering dijadikan perhatian oleh mahasiswa. Pembuatan poster	Dalam penggunaan media sosial memiliki peran yang sangat berpengaruh untuk menyampaikan atau memberikan informasi. Melalui pesan yang singkat, padat, dan jelas dapat

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
				dan penjelasan yang menarik agar mahasiswa mampu tertarik dan mengikuti informasi yang diberikan. Contohnya poster tentang bagaimana dampak apa saja yang akan terjadi ketika pengguna tidak melakukan keamanan privasinya.	membuat orang-orang mudah memahami isi yang disampaikan. Pembuatan secara menarik juga dapat memberikan efek yang sangat besar untuk pembacanya [24].

### 6.2.2 Meningkatkan Kesadaran *Privacy Concern* terhadap Risiko pengguna media sosial *WhatsApp*

Pada variabel *Privacy Concern* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *Risk*. Sehingga bila dilakukan peningkatan kesadaran mengenai kekhawatiran privasi pada mahasiswa ITS maka akan meningkatkan kesadaran terhadap risiko yang akan muncul. Rekomendasi dirancang berdasarkan penelitian sebelumnya serta hasil *open question* pada kuesioner dan divalidasi dengan adanya studi literatur, seperti tabel berikut:

Tabel 6 2 Perancangan Rekomendasi untuk Meningkatkan Kesadaran Risiko pada Mahasiswa ITS untuk Mengubah Perilaku Mahasiswa ITS

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
1	Meningkatkan keinginan mahasiswa ITS untuk menjaga keamanan informasi pribadi	<i>Challenge</i> di media sosial ( <i>Creative Campaign</i> )	Media Sosial mahasiswa ITS	Membuat kegiatan <i>challenge</i> untuk mahasiswa di media sosialnya, pembuatan poster sekaligus penjelasan mereka tentang kepedulian dan penerapan keamanan informasi pribadi yang telah mereka	Kegiatan mengajak disertai dengan tantangan di media sosial dapat membuat perilaku seseorang menjadi merubah perilakunya dan terpacu terhadap tantangan tersebut [26]. <i>Creative campaign</i>  berfokus pada kegiatan kreatif dengan

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
				<p>terapkan.            Contohnya            membuat video            mengenai            bahaya dan            risiko apa saja            yang dapat            terjadi jika            tidak            melakukan            kemanan            privasi.</p>	<p>memanfaatkan            mahasiswa dan            organisasi            mahasiswa.            Kegiatan dapat            berupa sebuah            kampanye aksi di            media sosial            dengan            menggunakan  <i>hashtag</i> untuk            menarik            perhatian            mahasiswa [25].</p>
2	<p>Memberikan            pengetahuan            mengenai risiko            yang akan terjadi</p>	<p>Pembicara atau            pemateri untuk            menjelaskan            tentang</p>	<p>Seminar,            kuliah tamu,            kegiatan            mahasiswa</p>	<p>Mendatangkan            pembicara atau            pemateri agar            mahasiswa</p>	<p>Keuntungan dari            kegiatan yang            menghadirkan            pembicara sesuai</p>

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
	jika tidak melakukan keamanan informasi pribadi	keamanan informasi pribadi dan risikonya	ITS, kegiatan mahasiswa di departemen	dapat mengetahui tentang risiko yang akan muncul jika tidak melakukan keamanan informasi pribadi mereka dan sekaligus mahasiswa dapat mengetahui cara pencegahannya. Contohnya mengadakan	dengan bidang suatu topik pembahasan adalah dimana pembicara tersebut dapat memahami perilaku nonverbal dari peserta, memodifikasi metode presentasi agar sesuai dengan peserta, dan dapat memberikan jawaban yang tepat bila ada pertanyaan [27]. Mendatangkan pakar atau

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
				seminar dengan mendatangkan pemateri yang telah menjadi korban dari kasus kehilangan privasinya, agar pengguna lain dapat merasakan dan sadar mengenai risiko yang mungkin juga akan mereka terima.	pemateri menguasai suatu bidang teknologi agar mampu diterapkan kepada mahasiswa agar ikut serta dalam menjaga keamanan informasinya [25].
3	Meningkatkan pemahaman	<i>Workshop</i> mahasiswa baru	Kaderisasi Terpusat	Membuat kelompok kecil	<i>Workshop</i> di nilai efektif untuk



No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
	mengenai risiko jika tidak melakukan keamanan privasi	ITS	ITS	yang berisi mahasiswa baru berbeda departemen dengan kakak pendampingnya untuk melatih mahasiswa baru dalam hal berbagi pemikiran dengan topik keamanan di media sosial agar mereka bisa saling memahami bagaimana cara	meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tingkat pengetahuan individu, pengetahuan individu akan meningkat lebih tinggi dari sebelumnya karena mereka akan saling bertukar pikiran dalam memecahkan permasalahan [28].

No.	Tujuan	Metode	Pelaksanaan	Deskripsi	Penelitian Sebelumnya
				melakukan keamanan informasi pribadinya. Contohnya pada saat kegiatan Gerigi ITS diadakan acara untuk kelompok saling bertukar pikiran dengan topik keamanan dalam menjaga privasi.	

## BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan penelitian yang dilakukan pada tugas akhir ini serta beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan tugas akhir ini.

### 7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai implementasi model *Antecedents Privacy Concerns Outcomes* (APCO) dan *Social Contract Theory* (SCT) untuk mengetahui pengaruh kesadaran terhadap kekhawatiran privasi terhadap kepercayaan dan risiko pengguna *WhatsApp* pada mahasiswa ITS, berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

1. Dari hasil analisis, dapat diketahui ada 2 hipotesis yang diterima dan 3 hipotesis yang ditolak. hipotesis yang diterima antara lain: *Awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Privacy Concern*, dan *Privacy Concern* berpengaruh positif signifikan terhadap *Risk*. Sedangkan hipotesis yang ditolak antara lain: *Control* berpengaruh positif signifikan terhadap *Privacy Concern*, selanjutnya *Privacy Concern* berpengaruh positif signifikan terhadap *Trust*, dan *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Risk*.
2. Rekomendasi dibuat berdasarkan hipotesis yang diterima maupun yang ditolak. terdapat dua rekomendasi yang dihasilkan dalam penelitian ini, yaitu meningkatkan *Privacy Concern* terhadap kepercayaan dan *Privacy Concern* terhadap risiko. Penyusunan rekomendasi mengacu pada hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil *open question* pada kuesioner, dan penelitian sebelumnya yang mendukung.

## 7.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan data yang sama, dapat dilakukan analisis menggunakan metode yang berbeda dengan acuan penelitian ini.
2. Dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dengan ruang lingkup media sosial yang berbeda seperti Line.
3. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan jangkauan yang lebih besar seperti fitur *story* dalam *WhatsApp*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Statista, “Statista,” Number of social network users worldwide from 2010 to 2021 (in billions), 14 Agustus 2019. [Online]. Available: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>. [Diakses 11 Oktober 2019].
- [2] Lipsus Internet, “websindo,” Indonesia Digital 2019 : Media Sosial, 2019. [Online]. Available: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>. [Diakses 11 Oktober 2019].
- [3] WhatsApp, WhatsApp Web, 2019. [Online]. Available: <https://www.whatsapp.com/features/?lang=id>. [Diakses 11 Oktober 2019].
- [4] E. Krisnawati, “Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram,” *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, vol. 13, no. 2, p. Desember, 2016.
- [5] Ferdinand David, Schoeman, ““Privacy and Social Freedom”,” *Cambridge University Press*, 2009.
- [6] Paul C. Tally, Kuang-Ming Kuo, “An Empirical Investigation of the Privacy Concerns of Social Network Site Users in Taiwan,” *International Journal of Scientific Knowledge*, vol. 5, no. 2, 2014.
- [7] Han S., Joseph R. C. Alashoor T., “Familiarity with Big Data, Privacy Concerns, and Self-disclosure Accuracy in Social Networking Websites: An APCO Model,”

*Communications of the Association for Information Systems*, vol. 41, 2017.

- [8] I. R. Nuril Anwar, “Analisis Investigasi Forensik WhatsApp Messenger,” *Jurnal Ilmu Teknik Elektro Komputer dan Informatika (JITEKI)*, vol. 3, no. 1, 2017.
- [9] Ade Kusuma, Sumardjijati Ririn Puspita Tutiasri, “Perilaku Remaja dalam Penyebaran Hoax di WhatsApp Grup,” *Media dan Industri Kreatif*, vol. 2, no. 1, 2019.
- [10] IA Ratnya Mulyani, AA Kusumadinata, “Pemanfaatan Media Sosial Melalui WhatsApp Goup FEI Sebagai Sarana Komunikasi,” *Jurnal Komunikatio*, vol. 3, no. 2, 2017.
- [11] R. Nunung Nurwati, Meillany Budiarti S., Wilga Secsio Ratsja Putri, “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA,” *PROSIDING KS: Riset & PKM*, vol. 3, no. 1, pp. 1-154, 2016.
- [12] Ernita Dewi, Meutia, “Internet of Things – Keamanan dan Privasi,” *Seminar Nasional dan Expo Teknik Elektro*, 2015.
- [13] Yohana, Widiyaningsih, “PERILAKU PERLINDUNGAN PRIVASI PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI,” 2019.
- [14] Zafer D, Ozdemir, H. Jeff Smith, John H. Benamati, “An empirical test of an Antecedents – Privacy Concerns – Outcomes model,” *Journal of Information Science*, 2016.

- [15] Diah Rahma Puspitasari, Harin Puspa Ayu Catherina, Yustiana April Lia Sari, Ari Kusyanti, "Information Privacy Concerns on Teens as Facebook Users in Indonesia," *Information Systems International Conference*, 2017.
- [16] Kristian Hovde Liland, Lars Snipen, Selve Seibo, Tahir Mehmood, "A Review of Variabel Selection Methods in Partial Least Squares Regression," *Chemometrics and Intelligent Laboratory System*, 2012.
- [17] Jie Gu, Shanshan Wang, Gilbert Saporta. Huiwen Wang, "Spatial Partial Least Squares Autoregression: Algorithm and Applications," *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 2018.
- [18] Leonard J. Terjo, Bryan Matthews Roman Rosipal, "Kernel PLS-SVC for Linear and Nonlinear Classification," *Proceedings of the Twentieth International Conference on Machine Learning* , 2003.
- [19] Vander Heyden Y., Buydens L. M., Andries J P M, "Improved Variable Reduction in Partial Least Squares Modelling by Global-Minimum Error Uninformative-Variable Elimination," *Anal Chim Acta*, 2017.
- [20] Yeh, S.D., von Grotthuss, M., Gandasetiawan, K.A., Jayasekera, S., Xia, X.Q., Chan, C., Jayaswal, V., Ranz, J.M., Functional Divergence of the miRNA Transcriptome at the Onset of Drosophila Metamorphosis. *Mol. Biol. Evol.* 31(10): 2557--2572., 2014.

- [21] Moriko. Morimoto. Tae Hyun Baek, “Stay Away From Me,” *Journal*, 2013.
- [22] France Blanger, Robert E., Crossler, “Privacy in the Digital Age: A Review of Information Privacy Research in Information Systems,” *MIS Quarterly*, vol. 35, 2011.
- [23] Maria Moloney, Frank, Bannister, “Online Privacy: Measuring Individuals’ Concerns,” *Lecture Notes in Computer Science*, vol. 5183.
- [24] R. Enikolopov, M. Petrova, “Mass Media and Its Influence on Behaviour,” *Centre de Recerca en Economia Internacional*, 2017.
- [25] Fadhila Alfi, “Analisis Pengaruh Kesadaran Privasi Informasi Terhadap Perilaku Pengguna Instagram,” 2019.
- [26] M. Haung, “Do Champaigns Really Change Behavior New Understanding of the Behavioral Effects of Advertising,” *Political Campaigns and Health Communication Campaigns*, 2017.
- [27] J. Abawajy, “Improving Safety Behavior Using ADKAR Model,” *American Society of Safety Engineers - Middle East Chapter, Kingdom of Bahrain*, 2010.
- [28] Victor EM, Joshi P, Vasanth EM, Raghavan S and Gopichandran L, “Effect of In-Service Education Workshop on Occupational Health and Safety In Terms of Knowledge and Awareness among Nurses in a Selected Tertiary Care Hospital in India,” *An Evaluation*, 2016.



## BIODATA PENULIS



Penulis bernama Berry Humaidi Fuad yang lahir pada tanggal 20 Mei 1998 di Surabaya. Penulis merupakan anak terakhir dari empat bersaudara. Penulis melanjutkan Pendidikan formal di SDN Klampis Ngasem 1 Surabaya, SMPN 30 Surabaya, dan SMAN 16 Surabaya. Kemudian penulis melakukan pendidikan di perguruan tinggi negeri Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Fakultas Elektro dan Informatika Cerdas pada Departemen Sistem Informasi. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan organisasi dan kepanitiaan mahasiswa ITS seperti Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HMSI), Information System Expo (ISE), dan FTIf Festival (FF). Pada tahun 2018, penulis mendapatkan amanah untuk menjadi Kepala Departemen *Human Resource Development* Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi periode 2018-2019 dengan masa jabatan selama 1 tahun. Di akhir masa perkuliahan, penulis memilih topik Tugas Akhir pada bidang minat laboratorium Manajemen Sistem Informasi (MSI). Jika ada pertanyaan terkait dengan penelitian ini, silahkan menghubungi penulis via email: [berryfuad@gmail.com](mailto:berryfuad@gmail.com).


*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## LAMPIRAN

### Lampiran A – KUESIONER PENELITIAN

Berikut lampiran kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa ITS secara *online*:

# Privacy Concern



**ANALISIS PENGARUH PRIVACY CONCERN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA WHATSAPP**

Halo, perkenalkan saya Berry Humaldi Fuad mahasiswa S1 Departemen Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).

Saat ini saya sedang menempuh Tugas Akhir (TA)/Skripsi dan sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Privacy Concern terhadap kepercayaan dan risiko pada pengguna WhatsApp.

Demi kelancaran TA saya, saya meminta ketersediaan teman-teman semua untuk membantu mengisi survei ini.

Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

1. Merupakan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).
2. Angkatan 2019-2016++.
3. Menggunakan aplikasi WhatsApp pribadi (bukan for business).

Atas ketersediaan, saya mengucapkan banyak terimakasih.

CP Peneliti:  
Line: berryhumaldi  
Email: [berryfuad@gmail.com](mailto:berryfuad@gmail.com)

\* Required

Informasi pribadi yang dimaksud pada konteks ini adalah informasi pribadi melalui akses internet yang disimpan dan tidak boleh diketahui oleh orang lain. Misal: email, username password, riwayat medis, jaminan sosial, informasi keuangan, informasi tempat tinggal, dll

Nama \*

Your answer \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin \*

- Pria
- Wanita

Angkatan \*

- 2019
- 2018
- 2017
- 2016++

FAKULTAS \*

- FAKULTAS SAINS DAN ANALITIKA DATA (SCIENTICS)
- FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI DAN REKAYASA SISTEM (INDSYS)
- FAKULTAS TEKNOLOGI ELEKTRO DAN INFORMATIKA CERDAS (ELECTICS)
- FAKULTAS TEKNIK SIPIL, PERENCANAAN, DAN KEBUMIHAN (CIVPLAN)
- FAKULTAS TEKNOLOGI KELAUTAN (MARTECH)
- FAKULTAS VOKASI (VOCATIONS)
- FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL (CREABIZ)

Nomor Telepon \*

Your answer

Seberapa lama anda menggunakan WhatsApp dalam sehari? \*

- < 1 Jam
- 1 - 3 Jam
- 3 - 5 Jam
- > 5 Jam

Next

## Kesadaran dalam penggunaan WhatsApp

Pada bagian kesadaran dalam penggunaan WhatsApp, diberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5.

WhatsApp memudahkan saya dalam hal berbagi informasi \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya senang jika berkomunikasi menggunakan WhatsApp \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Menjaga informasi pribadi saya dalam menggunakan WhatsApp itu penting \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya tidak akan memberikan informasi pribadi saya kepada orang lain dalam WhatsApp \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya akan selalu menjaga informasi pribadi saya dalam WhatsApp \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mengerti pentingnya menjaga informasi pribadi dalam WhatsApp \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya akan menjaga informasi pribadi saya dalam WhatsApp dengan tidak memberikan pesan yang mengandung informasi pribadi saya \*

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya ingin informasi pribadi saya dalam WhatsApp tidak tersebar luas \*

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Menurut saya menyebarkan informasi pribadi tidak diperlukan \*

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya tidak pernah menyebarkan informasi pribadi saya dalam WhatsApp \*

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Informasi pribadi saya dalam WhatsApp tidak boleh diketahui oleh orang lain \*

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Back

Next





Melakukan setting status privacy dalam WhatsApp agar tidak semua orang mengetahui status privacy \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya melakukan control terhadap akun dalam WhatsApp saya dengan melakukan setting status privacy agar hanya saya atau kontak saya saja yang dapat melihatnya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya melakukan setting status privacy agar orang selain kontak saya tidak dapat melihatnya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Melakukan setting profile photo privacy dalam WhatsApp agar tidak semua orang mengetahui profile foto \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya melakukan control profile photo privacy terhadap akun dalam WhatsApp saya dengan melakukan setting profile photo agar hanya saya atau kontak saya saja yang dapat melihatnya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya melakukan setting profile photo privacy agar orang selain kontak saya tidak dapat melihatnya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Back Next

**Masalah privasi dalam penggunaan WhatsApp**

Pada bagian kesadaran dalam penggunaan WhatsApp, diberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5.

Informasi pribadi saya dalam WhatsApp tidak boleh digunakan oleh orang lain \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Orang lain tidak boleh menggunakan informasi pribadi saya untuk membuat akun tiruan dalam WhatsApp \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya khawatir jika informasi pribadi saya dalam WhatsApp dimanfaatkan oleh orang lain \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Reputasi saya akan menurun jika informasi pribadi dalam WhatsApp tersebar luas \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya khawatir reputasi saya menurun jika informasi pribadi saya dalam WhatsApp digunakan oleh orang lain \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya khawatir reputasi saya menurun jika informasi saya dalam WhatsApp tersebar \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Informasi pribadi saya dalam WhatsApp yang tersebar akan membuat saya mendapatkan masalah \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya akan mendapat masalah jika informasi pribadi saya dalam WhatsApp digunakan oleh orang lain \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya khawatir jika informasi pribadi saya dalam WhatsApp tersebar \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Back Next

Kepercayaan dalam menggunakan WhatsApp

Pada bagian kesadaran dalam penggunaan WhatsApp, diberikan pertanyaan dengan skala likert 1-5.

Memberikan informasi pribadi dalam WhatsApp dengan jelas akan menyebabkan privasi saya hilang \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya tidak akan memberikan informasi pribadi saya dalam WhatsApp dengan jelas \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya akan memberikan Informasi pribadi saya dalam WhatsApp seperlunya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Informasi pribadi dalam What.App hanya diberikan kepada orang yang dikenal \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Bagi saya memberikan informasi pribadi dalam WhatsApp kepada orang yang saya kenal adalah hal yang wajar \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya memberikan informasi pribadi saya dalam WhatsApp kepada orang yang saya kenal \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

WhatsApp akan menjaga informasi pribadi yang saya berikan \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Saya akan memberikan informasi pribadi saya pada WhatsApp \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Saya percaya WhatsApp akan menjaga informasi pribadi saya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#)



Saya akan menjaga informasi pribadi dalam WhatsApp agar privasi saya tetap aman \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya ingin privasi saya tidak diketahui orang lain \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Risiko dalam WhatsApp dapat menghubungkan dari handphone ke komputer dapat menimbulkan bahaya peretasan akun \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya mengerti bahwa mengkoneksikan WhatsApp ke perangkat lain yang bukan punya saya akan menimbulkan risiko \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya tidak akan menyambungkan WhatsApp saya ke perangkat lain \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Cara anda untuk menghindari tindak kejahatan terhadap informasi pribadi dalam WhatsApp \*

Your answer \_\_\_\_\_

Apakah anda ada saran untuk peneliti?

Your answer \_\_\_\_\_

Back Submit

# Privacy Concern



## ANALISIS PENGARUH PRIVACY CONCERN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA PENGGUNA WHATSAPP

Terimakasih karena anda telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian Tugas Akhir ini, untuk peneliti bisa mendapatkan gelar S.Kom. Semoga kita senantiasa diberi kemudahan dan kelancaran dalam menjalani tugas kita.

TTD  
Berry H. Fuad



## **Lampiran B – PENGOLAHAN DATA**

Berikut lampiran pengolahan data menggunakan SPSS dan Smart PLS dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa ITS:

## Hasil Uji Validitas

### Variabel Awareness

		Correlations									
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	Total_X1
x1.1	Pearson Correlation	1	.378*	.580**	.183	.142	.367*	.069	.008	.031	.450**
	Sig. (2-tailed)		.016	.000	.258	.381	.020	.670	.963	.848	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.2	Pearson Correlation	.378*	1	.789**	.408**	.562**	.275	.107	.455**	.441**	.812**
	Sig. (2-tailed)			.000	.009	.000	.086	.511	.003	.004	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.3	Pearson Correlation	.580**	.789**	1	.450**	.467**	.340*	.014	.333*	.274	.751**
	Sig. (2-tailed)				.004	.002	.032	.931	.036	.087	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.4	Pearson Correlation	.183	.408**	.450**	1	.122	.082	-.026	.215	.282	.449**
	Sig. (2-tailed)		.009	.004		.453	.614	.873	.184	.078	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.5	Pearson Correlation	.142	.562**	.467**	.122	1	.156	.116	.608**	.487**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.453		.335	.477	.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.6	Pearson Correlation	.367*	.275	.340*	.082	.156	1	.239	.113	.154	.435**
	Sig. (2-tailed)		.086	.032	.614	.335		.137	.486	.343	.005
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.7	Pearson Correlation	.069	.107	.014	-.026	.116	.239	1	.450**	.312	.452**
	Sig. (2-tailed)		.511	.931	.873	.477	.137		.004	.050	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.8	Pearson Correlation	.008	.455**	.333*	.215	.608**	.113	.450**	1	.541**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.003	.036	.184	.000	.486	.004		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x1.9	Pearson Correlation	.031	.441**	.274	.282	.487**	.154	.312	.541**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)		.004	.087	.078	.001	.343	.050	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total_X1	Pearson Correlation	.450**	.812**	.751**	.449**	.697**	.435**	.452**	.739**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.005	.003	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Variabel *Privacy Concern*







## Hasil Uji Reliabilitas

### Variabel *Awareness*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	9

### Variabel *Control*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	12

### Variabel *Privacy Concern*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	9

### Variabel *Trust*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	9

### Variabel *Risk*



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	9

## Hasil Analisis Deskriptif

## JK

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Pria	180	44,6	44,6	44,6
	Wanita	224	55,4	55,4	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Angkatan

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	2016++	112	27,7	27,7	27,7
	2017	93	23,0	23,0	50,7
	2018	100	24,8	24,8	75,5
	2019	99	24,5	24,5	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Lama\_Menggunakan

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	< 1 Jam	68	16,8	16,8	16,8
	> 1 Jam	2	,5	,5	17,3
	> 5 Jam	151	37,4	37,4	54,7
	1 - 3 Jam	95	23,5	23,5	78,2
	3 - 5 Jam	88	21,8	21,8	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Kemudahan

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TS	5	1,2	1,2	1,2
	N	30	7,4	7,4	8,7
	S	184	45,5	45,5	54,2
	SS	185	45,8	45,8	100,0

Tota l	404	100,0	100,0	
-----------	-----	-------	-------	--

## Komunikasi

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	STS	6	1,5	1,5	1,5
	TS	24	5,9	5,9	7,4
	N	61	15,1	15,1	22,5
	S	160	39,6	39,6	62,1
	SS	153	37,9	37,9	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Descriptive Statistics

	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
Aw1	404	2,00	5,00	4,628 7	,64240

Aw2	404	1,00	5,00	4,099 0	,97619
Aw3	404	1,00	5,00	4,420 8	,78520
Aw4	404	2,00	5,00	4,574 3	,63942
Aw5	404	1,00	5,00	4,242 6	,87738
Aw6	404	1,00	5,00	4,737 6	,55957
Aw7	404	1,00	5,00	4,272 3	,90223
Aw8	404	1,00	5,00	3,846 5	1,11663
Aw9	404	1,00	5,00	4,311 9	,89207
Valid N (listwise)	404				

## Aw1

	Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
TS	3	,7	,7	,7

Valid	N	27	6,7	6,7	7,4
	S	87	21,5	21,5	29,0
	SS	287	71,0	71,0	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Aw2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	1,7	1,7	1,7
	TS	17	4,2	4,2	5,9
	N	81	20,0	20,0	26,0
	S	123	30,4	30,4	56,4
	SS	176	43,6	43,6	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Aw3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	STS	2	,5	,5	,5
	TS	7	1,7	1,7	2,2
	N	42	10,4	10,4	12,6
	S	121	30,0	30,0	42,6
	SS	232	57,4	57,4	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

Aw4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	1,0	1,0	1,0
	N	21	5,2	5,2	6,2
	S	118	29,2	29,2	35,4

SS	261	64,6	64,6	100,0
Tota l	404	100,0	100,0	

## Aw5

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	2	,5	,5	,5
	TS	13	3,2	3,2	3,7
	N	67	16,6	16,6	20,3
	S	125	30,9	30,9	51,2
	SS	197	48,8	48,8	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Aw6

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	1	,2	,2	,2
	N	18	4,5	4,5	4,7
	S	66	16,3	16,3	21,0

SS	319	79,0	79,0	100,0
Tota l	404	100,0	100,0	

## Aw7

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	6	1,5	1,5	1,5
	TS	10	2,5	2,5	4,0
	N	58	14,4	14,4	18,3
	S	124	30,7	30,7	49,0
	SS	206	51,0	51,0	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Aw8

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	10	2,5	2,5	2,5
	TS	48	11,9	11,9	14,4
	N	83	20,5	20,5	34,9



S	116	28,7	28,7	63,6
SS	147	36,4	36,4	100,0
Tota l	404	100,0	100,0	

## Aw9

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	STS	1	,2	,2	,2
	TS	18	4,5	4,5	4,7
	N	57	14,1	14,1	18,8
	S	106	26,2	26,2	45,0
	SS	222	55,0	55,0	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Descriptive Statistics

	N	Minim um	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
Col	404	1,00	5,00	3,358 9	1,20066

Co2	404	1,00	5,00	3,212 9	1,25001
Co3	404	1,00	5,00	3,693 1	1,14022
Co4	404	1,00	5,00	4,056 9	1,19728
Co5	404	1,00	5,00	3,972 8	1,22089
Co6	404	1,00	5,00	4,027 2	1,17533
Co7	404	1,00	5,00	4,106 4	1,02139
Co8	404	1,00	5,00	4,044 6	1,01502
Co9	404	1,00	5,00	3,985 1	1,08213
Co10	404	1,00	5,00	3,460 4	1,34438
Co11	404	1,00	5,00	3,467 8	1,34273
Co12	404	1,00	5,00	3,438 1	1,36552
Valid N (listwise)	404				

Co1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	35	8,7	8,7	8,7
	TS	55	13,6	13,6	22,3
	N	128	31,7	31,7	54,0
	S	102	25,2	25,2	79,2
	SS	84	20,8	20,8	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

Co2

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	40	9,9	9,9	9,9
	TS	86	21,3	21,3	31,2
	N	101	25,0	25,0	56,2
	S	102	25,2	25,2	81,4
	SS	75	18,6	18,6	100,0

Tota l	404	100,0	100,0	
-----------	-----	-------	-------	--

## Co3

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	STS	19	4,7	4,7	4,7
	TS	48	11,9	11,9	16,6
	N	85	21,0	21,0	37,6
	S	138	34,2	34,2	71,8
	SS	114	28,2	28,2	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Co4

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	STS	21	5,2	5,2	5,2
	TS	36	8,9	8,9	14,1
	N	44	10,9	10,9	25,0

S	101	25,0	25,0	50,0
SS	202	50,0	50,0	100,0
Tota l	404	100,0	100,0	

## Co5

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	STS	22	5,4	5,4	5,4
	TS	43	10,6	10,6	16,1
	N	45	11,1	11,1	27,2
	S	108	26,7	26,7	54,0
	SS	186	46,0	46,0	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Co6

	Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
STS	14	3,5	3,5	3,5

Valid	TS	47	11,6	11,6	15,1
	N	48	11,9	11,9	27,0
	S	100	24,8	24,8	51,7
	SS	195	48,3	48,3	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Co7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	2,0	2,0	2,0
	TS	25	6,2	6,2	8,2
	N	68	16,8	16,8	25,0
	S	118	29,2	29,2	54,2
	SS	185	45,8	45,8	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Co8

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	7	1,7	1,7	1,7
	TS	26	6,4	6,4	8,2
	N	79	19,6	19,6	27,7
	S	122	30,2	30,2	57,9
	SS	170	42,1	42,1	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Co9

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	10	2,5	2,5	2,5
	TS	35	8,7	8,7	11,1
	N	74	18,3	18,3	29,5
	S	117	29,0	29,0	58,4
	SS	168	41,6	41,6	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Co10

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	35	8,7	8,7	8,7
	TS	80	19,8	19,8	28,5
	N	82	20,3	20,3	48,8
	S	78	19,3	19,3	68,1
	SS	129	31,9	31,9	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Co11

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	34	8,4	8,4	8,4
	TS	82	20,3	20,3	28,7
	N	78	19,3	19,3	48,0
	S	81	20,0	20,0	68,1
	SS	129	31,9	31,9	100,0
	Total	404	100,0	100,0	



Tota l	404	100,0	100,0	
-----------	-----	-------	-------	--

## Co12

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	STS	37	9,2	9,2	9,2
	TS	81	20,0	20,0	29,2
	N	88	21,8	21,8	51,0
	S	64	15,8	15,8	66,8
	SS	134	33,2	33,2	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Descriptive Statistics

	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
PC1	404	2,00	5,00	4,727 7	,55481

PC2	404	1,00	5,00	4,829 2	,46520
PC3	404	2,00	5,00	4,574 3	,67345
PC4	404	1,00	5,00	3,955 4	1,03199
PC5	404	1,00	5,00	4,185 6	,88981
PC6	404	1,00	5,00	4,079 2	,96008
PC7	404	1,00	5,00	4,076 7	,97184
PC8	404	1,00	5,00	4,344 1	,87305
PC9	404	1,00	5,00	4,356 4	,83751
Valid N (listwise)	404				

## PC1

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
TS	3	,7	,7	,7

Valid	N	13	3,2	3,2	4,0
	S	75	18,6	18,6	22,5
	SS	313	77,5	77,5	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,2	,2	,2
	N	9	2,2	2,2	2,5
	S	47	11,6	11,6	14,1
	SS	347	85,9	85,9	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	TS	5	1,2	1,2	1,2

Valid	N	27	6,7	6,7	7,9
	S	103	25,5	25,5	33,4
	SS	269	66,6	66,6	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	2,7	2,7	2,7
	TS	22	5,4	5,4	8,2
	N	92	22,8	22,8	30,9
	S	128	31,7	31,7	62,6
	SS	151	37,4	37,4	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	STS	4	1,0	1,0	1,0
	TS	14	3,5	3,5	4,5
	N	63	15,6	15,6	20,0
	S	145	35,9	35,9	55,9
	SS	178	44,1	44,1	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	2,0	2,0	2,0
	TS	12	3,0	3,0	5,0
	N	87	21,5	21,5	26,5
	S	130	32,2	32,2	58,7
	SS	167	41,3	41,3	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC7

		Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid	STS	6	1,5	1,5	1,5
	TS	15	3,7	3,7	5,2
	N	95	23,5	23,5	28,7
	S	114	28,2	28,2	56,9
	SS	174	43,1	43,1	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC8

		Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid	STS	4	1,0	1,0	1,0
	TS	10	2,5	2,5	3,5
	N	54	13,4	13,4	16,8
	S	111	27,5	27,5	44,3
	SS	225	55,7	55,7	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## PC9

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	4	1,0	1,0	1,0
	TS	7	1,7	1,7	2,7
	N	50	12,4	12,4	15,1
	S	123	30,4	30,4	45,5
	SS	220	54,5	54,5	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Descriptive Statistics

	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
Tr1	404	1,00	5,00	4,029 7	1,00327
Tr2	404	1,00	5,00	4,183 2	,86344
Tr3	404	1,00	5,00	4,351 5	,77825

Tr4	404	1,00	5,00	4,227 7	,90360
Tr5	404	1,00	5,00	3,933 2	,93617
Tr6	404	1,00	5,00	4,032 2	,88632
Tr7	404	1,00	5,00	3,544 6	1,11186
Tr8	404	1,00	5,00	3,185 6	1,10163
Tr9	404	1,00	5,00	3,371 3	1,07568
Valid N (listwise)	404				

## Tr1

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	12	3,0	3,0	3,0
	TS	17	4,2	4,2	7,2
	N	74	18,3	18,3	25,5
	S	145	35,9	35,9	61,4



	SS	156	38,6	38,6	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Tr2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	,5	,5	,5
	TS	13	3,2	3,2	3,7
	N	69	17,1	17,1	20,8
	S	145	35,9	35,9	56,7
	SS	175	43,3	43,3	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Tr3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	,5	,5	,5
	TS	6	1,5	1,5	2,0

N	46	11,4	11,4	13,4
S	144	35,6	35,6	49,0
SS	206	51,0	51,0	100,0
Tota l	404	100,0	100,0	

## Tr4

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	3	,7	,7	,7
	TS	18	4,5	4,5	5,2
	N	57	14,1	14,1	19,3
	S	132	32,7	32,7	52,0
	SS	194	48,0	48,0	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## Tr5

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
--	--	---------------	-------------	------------------	------------------------

Valid	STS	7	1,7	1,7	1,7
	TS	24	5,9	5,9	7,7
	N	77	19,1	19,1	26,7
	S	177	43,8	43,8	70,5
	SS	119	29,5	29,5	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Tr6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	1,0	1,0	1,0
	TS	18	4,5	4,5	5,4
	N	74	18,3	18,3	23,8
	S	173	42,8	42,8	66,6
	SS	135	33,4	33,4	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Tr7

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	21	5,2	5,2	5,2
	TS	45	11,1	11,1	16,3
	N	122	30,2	30,2	46,5
	S	125	30,9	30,9	77,5
	SS	91	22,5	22,5	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Tr8

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	34	8,4	8,4	8,4
	TS	60	14,9	14,9	23,3
	N	159	39,4	39,4	62,6
	S	99	24,5	24,5	87,1
	SS	52	12,9	12,9	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Tr9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	26	6,4	6,4	6,4
	TS	46	11,4	11,4	17,8
	N	146	36,1	36,1	54,0
	S	124	30,7	30,7	84,7
	SS	62	15,3	15,3	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
R1	404	1,00	5,00	4,2302	,78698
R2	404	2,00	5,00	4,2475	,79896
R3	404	1,00	5,00	4,1609	,79786

R4	404	2,00	5,00	4,329 2	,72395
R5	404	1,00	5,00	4,324 3	,75632
R6	404	2,00	5,00	4,438 1	,72778
R7	404	1,00	5,00	3,908 4	,95248
R8	404	2,00	5,00	4,391 1	,79422
R9	404	1,00	5,00	3,131 2	1,28172
Valid N (listwise)	404				

## R1

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	2	,5	,5	,5
	TS	6	1,5	1,5	2,0
	N	59	14,6	14,6	16,6
	S	167	41,3	41,3	57,9

	SS	170	42,1	42,1	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## R2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	1,7	1,7	1,7
	N	70	17,3	17,3	19,1
	S	143	35,4	35,4	54,5
	SS	184	45,5	45,5	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## R3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	,5	,5	,5
	TS	8	2,0	2,0	2,5
	N	65	16,1	16,1	18,6

S	177	43,8	43,8	62,4
SS	152	37,6	37,6	100,0
Tota l	404	100,0	100,0	

## R4

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	TS	7	1,7	1,7	1,7
	N	40	9,9	9,9	11,6
	S	170	42,1	42,1	53,7
	SS	187	46,3	46,3	100,0
	Tota l	404	100,0	100,0	

## R5

		Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d	STS	2	,5	,5	,5
	TS	8	2,0	2,0	2,5



N	35	8,7	8,7	11,1
S	171	42,3	42,3	53,5
SS	188	46,5	46,5	100,0
Total	404	100,0	100,0	

## R6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	1,7	1,7	1,7
	N	36	8,9	8,9	10,6
	S	134	33,2	33,2	43,8
	SS	227	56,2	56,2	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## R7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	STS	4	1,0	1,0	1,0

Valid	TS	25	6,2	6,2	7,2
	N	104	25,7	25,7	32,9
	S	142	35,1	35,1	68,1
	SS	129	31,9	31,9	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## R8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	17	4,2	4,2	4,2
	N	28	6,9	6,9	11,1
	S	139	34,4	34,4	45,5
	SS	220	54,5	54,5	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

## R9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	STS	47	11,6	11,6	11,6
	TS	94	23,3	23,3	34,9
	N	95	23,5	23,5	58,4
	S	95	23,5	23,5	81,9
	SS	73	18,1	18,1	100,0
	Total	404	100,0	100,0	

### Hasil Analisis PLS

#### Outer Loading (Uji Validitas)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Aw1 <- Awareness	0,557	0,552	0,053	10,568	0,000
Aw2 <- Awareness	0,680	0,674	0,040	16,940	0,000

Aw3 <- Awareness	0,642	0,639	0,047	13,783	0,00 0
Aw4 <- Awareness	0,648	0,644	0,040	16,008	0,00 0
Aw5 <- Awareness	0,704	0,699	0,035	20,291	0,00 0
Aw6 <- Awareness	0,649	0,649	0,044	14,597	0,00 0
Aw7 <- Awareness	0,575	0,573	0,046	12,627	0,00 0
Aw8 <- Awareness	0,615	0,611	0,045	13,619	0,00 0
Aw9 <- Awareness	0,713	0,712	0,030	23,654	0,00 0
Co1 <- Control	0,663	0,666	0,049	13,586	0,00 0
Co10 <- Control	0,752	0,747	0,036	20,915	0,00 0
Co11 <- Control	0,774	0,769	0,036	21,384	0,00 0

Co12 <- Control	0,768	0,763	0,035	21,669	0,00 0
Co2 <- Control	0,661	0,665	0,049	13,447	0,00 0
Co3 <- Control	0,659	0,664	0,048	13,839	0,00 0
Co4 <- Control	0,622	0,613	0,060	10,339	0,00 0
Co5 <- Control	0,651	0,643	0,059	11,072	0,00 0
Co6 <- Control	0,621	0,612	0,062	10,005	0,00 0
Co7 <- Control	0,665	0,654	0,058	11,523	0,00 0
Co8 <- Control	0,686	0,677	0,056	12,204	0,00 0
Co9 <- Control	0,650	0,638	0,062	10,483	0,00 0
PC1 <- Privacy Concer n	0,538	0,536	0,043	12,397	0,00 0
PC2 <- Privacy Concer n	0,442	0,438	0,077	5,760	0,00 0

PC3 <- Privacy Concer n	0,586	0,585	0,043	13,496	0,00 0
PC4 <- Privacy Concer n	0,751	0,752	0,034	21,831	0,00 0
PC5 <- Privacy Concer n	0,765	0,764	0,027	28,295	0,00 0
PC6 <- Privacy Concer n	0,785	0,786	0,025	31,095	0,00 0
PC7 <- Privacy Concer n	0,734	0,734	0,029	25,738	0,00 0
PC8 <- Privacy Concer n	0,759	0,761	0,024	31,022	0,00 0
PC9 <- Privacy Concer n	0,758	0,758	0,029	26,544	0,00 0

R1 <- Risk	0,699	0,698	0,034	20,648	0,00 0
R2 <- Risk	0,779	0,780	0,025	30,928	0,00 0
R3 <- Risk	0,782	0,781	0,026	29,581	0,00 0
R4 <- Risk	0,790	0,789	0,026	30,810	0,00 0
R5 <- Risk	0,693	0,691	0,048	14,486	0,00 0
R6 <- Risk	0,713	0,711	0,030	23,575	0,00 0
R7 <- Risk	0,532	0,531	0,046	11,612	0,00 0
R8 <- Risk	0,523	0,520	0,055	9,499	0,00 0
R9 <- Risk	0,317	0,315	0,054	5,904	0,00 0
Tr1 <- Trust	0,658	0,659	0,047	13,927	0,00 0
Tr2 <- Trust	0,717	0,720	0,041	17,350	0,00 0
Tr3 <- Trust	0,630	0,627	0,045	14,113	0,00 0
Tr4 <- Trust	0,607	0,599	0,055	10,944	0,00 0

Tr5 <- Trust	0,498	0,489	0,076	6,540	0,000
Tr6 <- Trust	0,498	0,490	0,080	6,215	0,000
Tr7 <- Trust	0,491	0,478	0,086	5,727	0,000
Tr8 <- Trust	0,373	0,362	0,089	4,198	0,000
Tr9 <- Trust	0,482	0,470	0,089	5,406	0,000

### Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Awareness	0,826	0,828	0,864	0,415
Control	0,898	0,908	0,913	0,467
Privacy Concern	0,856	0,863	0,888	0,476
Risk	0,830	0,855	0,871	0,442
Trust	0,780	0,778	0,799	0,313

Outer Loading (Uji Validitas) Valid



	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STD EV)	T Statistics ( O/STD EV )	P Values
Aw2 <- Awareness	0,750	0,748	0,035	21,616	0,000
Aw4 <- Awareness	0,649	0,647	0,045	14,296	0,000
Aw5 <- Awareness	0,769	0,765	0,035	21,992	0,000
Aw8 <- Awareness	0,694	0,690	0,044	15,778	0,000
Aw9 <- Awareness	0,774	0,776	0,025	30,556	0,000
Co1 <- Control	0,728	0,727	0,041	17,735	0,000
Co10 <- Control	0,768	0,760	0,040	19,310	0,000
Co11 <- Control	0,791	0,784	0,040	19,623	0,000

Co12 <- Control	0,785	0,77 7	0,039	20,196	0,00 0
Co2 <- Control	0,730	0,73 0	0,040	18,453	0,00 0
Co3 <- Control	0,718	0,71 8	0,041	17,305	0,00 0
Co7 <- Control	0,624	0,62 1	0,068	9,158	0,00 0
Co8 <- Control	0,646	0,64 3	0,065	9,979	0,00 0
Co9 <- Control	0,607	0,60 3	0,070	8,730	0,00 0
PC1 <- Privacy Concern	0,496	0,49 7	0,042	11,760	0,00 0
PC3 <- Privacy Concern	0,581	0,58 0	0,046	12,723	0,00 0
PC4 <- Privacy Concern	0,781	0,78 1	0,029	27,373	0,00 0
PC5 <- Privacy Concern	0,782	0,78 1	0,026	30,056	0,00 0
PC6 <- Privacy Concern	0,807	0,80 5	0,023	34,931	0,00 0

PC7 <- Privacy Concern	0,751	0,75 1	0,027	27,359	0,00 0
PC8 <- Privacy Concern	0,764	0,76 4	0,027	28,690	0,00 0
PC9 <- Privacy Concern	0,765	0,76 5	0,029	26,625	0,00 0
R1 <- Risk	0,708	0,70 7	0,035	20,467	0,00 0
R2 <- Risk	0,808	0,80 9	0,021	39,095	0,00 0
R3 <- Risk	0,803	0,80 3	0,023	35,345	0,00 0
R4 <- Risk	0,797	0,79 5	0,025	31,650	0,00 0
R5 <- Risk	0,707	0,70 5	0,045	15,626	0,00 0
R6 <- Risk	0,727	0,72 7	0,029	24,720	0,00 0
R7 <- Risk	0,490	0,48 6	0,053	9,268	0,00 0
Tr1 <- Trust	0,778	0,78 0	0,034	22,744	0,00 0
Tr2 <- Trust	0,843	0,84 3	0,024	35,116	0,00 0

Tr3 <- Trust	0,613	0,612	0,058	10,657	0,000
--------------	-------	-------	-------	--------	-------

### Construct Reliability and Validity (Valid)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Awareness	0,786	0,792	0,849	0,531
Control	0,884	0,904	0,903	0,509
Privacy Concern	0,865	0,868	0,896	0,524
Risk	0,847	0,861	0,885	0,529
Trust	0,612	0,655	0,792	0,564

### Discriminant Validity

	Awareness	Control	Privacy Concern	Risk	Trust
Awareness	0,729				
Control	0,333	0,714			
Privacy Concern	0,395	0,327	0,724		

Risk	0,460	0,361	0,537	0,72 7	
Trust	0,473	0,403	0,460	0,60 5	0,75 1

### Cross Loading

	Awareness	Control	Privacy Concern	Risk	Trust
Aw2	0,750	0,221	0,221	0,29 8	0,323
Aw4	0,649	0,181	0,349	0,33 7	0,255
Aw5	0,769	0,278	0,239	0,33 7	0,427
Aw8	0,694	0,238	0,187	0,31 3	0,391
Aw9	0,774	0,291	0,351	0,36 1	0,361
Co1	0,305	0,728	0,238	0,22 7	0,318
Co1 0	0,162	0,768	0,216	0,23 5	0,237
Co1 1	0,164	0,791	0,207	0,21 8	0,251

Co1 2	0,142	0,785	0,217	0,24 2	0,245
Co2	0,335	0,730	0,271	0,25 1	0,340
Co3	0,327	0,718	0,352	0,34 0	0,346
Co7	0,231	0,624	0,178	0,30 0	0,323
Co8	0,176	0,646	0,144	0,26 1	0,239
Co9	0,180	0,607	0,136	0,21 0	0,226
PC1	0,435	0,199	0,496	0,45 9	0,334
PC3	0,245	0,154	0,581	0,26 1	0,219
PC4	0,306	0,289	0,781	0,37 0	0,402
PC5	0,277	0,261	0,782	0,33 4	0,336
PC6	0,217	0,277	0,807	0,36 2	0,304
PC7	0,185	0,225	0,751	0,37 4	0,296
PC8	0,302	0,220	0,764	0,44 7	0,404

PC9	0,233	0,230	0,765	0,40 7	0,283
R1	0,276	0,292	0,526	0,70 8	0,413
R2	0,379	0,202	0,403	0,80 8	0,498
R3	0,429	0,376	0,395	0,80 3	0,479
R4	0,292	0,287	0,352	0,79 7	0,525
R5	0,313	0,169	0,340	0,70 7	0,380
R6	0,383	0,259	0,403	0,72 7	0,467
R7	0,258	0,247	0,286	0,49 0	0,268
Tr1	0,369	0,349	0,359	0,42 5	0,778
Tr2	0,426	0,332	0,419	0,55 2	0,843
Tr3	0,245	0,214	0,232	0,36 2	0,613

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Privacy Concern	0,199	0,195
Risk	0,451	0,448
Trust	0,212	0,210

### Q Square

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
Awareness	2.020,000	2.020,000	
Control	3.636,000	3.636,000	
Privacy Concern	3.232,000	2.943,520	0,089
Risk	2.828,000	2.206,751	0,220
Trust	1.212,000	1.077,674	0,111

### Path Analysis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
--	---------------------	-----------------	----------------------------	-------------------------	----------



Awareness -> Privacy Concern	0,321	0,329	0,052	6,144	0,000
Control -> Privacy Concern	0,220	0,221	0,053	4,180	0,000
Privacy Concern -> Risk	0,328	0,324	0,048	6,859	0,000
Privacy Concern -> Trust	0,460	0,470	0,051	8,975	0,000
Trust -> Risk	0,454	0,458	0,042	10,701	0,000

### Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STD EV)	T Statistics ( O/STD EV )	P Values
Awareness -> Privacy Concern -> Risk	0,105	0,108	0,026	3,978	0,000

Control -> Privacy Concern -> Risk	0,07 2	0,07 2	0,020	3,618	0,00 0
Awareness - > Privacy Concern -> Trust -> Risk	0,06 7	0,07 1	0,017	4,041	0,00 0
Privacy Concern -> Trust -> Risk	0,20 9	0,21 5	0,032	6,513	0,00 0
Control -> Privacy Concern -> Trust -> Risk	0,04 6	0,04 8	0,014	3,358	0,00 1
Awareness - > Privacy Concern -> Trust	0,14 8	0,15 6	0,035	4,281	0,00 0
Control -> Privacy Concern -> Trust	0,10 1	0,10 4	0,027	3,713	0,00 0