

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# ANALISIS KESADARAN KEAMANAN DAN PRIVASI *GEN-Z* DALAM BERTRANSAKSI PADA *E-COMMERCE*

## TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada  
Program Studi Sistem Informasi



Oleh:

**BELLA OKTAVIANTI**  
**12050326633**



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU

2025



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR PERSETUJUAN

### ANALISIS KESADARAN KEAMANAN DAN PRIVASI *GEN-Z* DALAM BERTRANSAKSI PADA *E-COMMERCE*

#### TUGAS AKHIR

Oleh:

**BELLA OKTAVIANI**  
**12050326633**

Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir  
di Pekanbaru, pada tanggal 8 Januari 2025

**Ketua Program Studi**

**Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.**  
**NIP. 198307162011011008**

**Pembimbing**

**Mona Fronita, S.Kom., M.Kom.**  
**NIP. 198403032023212027**

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS KESADARAN KEAMANAN DAN PRIVASI GEN-Z  
DALAM BERTRANSAKSI PADA E-COMMERCE**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

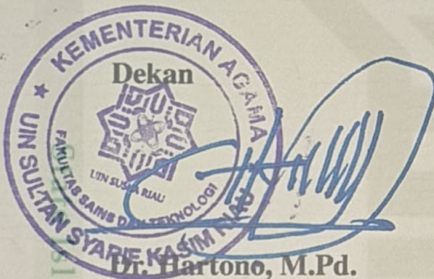
**BELLA OKTAVIANTI**  
**12050326633**

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal 20 Desember 2024

Pekanbaru, 20 Desember 2024  
Mengesahkan,

**Ketua Program Studi**

**Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.**  
**NIP. 198307162011011008**



**Dr. Hartono, M.Pd.**  
**NIP. 196403011992031003**

**DEWAN PENGUJI:**

**Ketua : Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom.**

**Sekretaris : Mona Fronita, S.Kom., M.Kom.**

**Anggota 1 : Muhammad Jazman, S.Kom., M.InfoSys.**

**Anggota 2 : Inggih Permana, S.Kom., M.Kom.**



Lampiran Surat :  
 Nomor : Nomor 25/2021  
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Bella Oktavianti  
 NIM : 12050326633  
 Tempat/Tgl. Lahir : Air Panas, 19 Oktober 2001  
 Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi  
 Prodi : Sistem Informasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:  
Analisis Kesadaran Keamanan dan Privasi Gen-Z dalam Bertransaksi pada E-Commerce

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 09 Januari 2025  
 Yang membuat pernyataan



*Bella Oktavianti*  
 Bella Oktavianti  
 12050326633

\* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Hasmid Riau



## LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada peneliti. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin peneliti dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 8 Januari 2025  
Yang membuat pernyataan,

**BELLA OKTAVIANTI**  
**NIM. 12050326633**

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang*

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

*Alhamdulillah Rabbil'Alamin*, puji dan syukur saya ucapkan kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* Tuhan semesta alam atas segala nikmat, rahmat, karunia, serta kesempatan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. *Shalawat* beserta salam tidak lupa pula kita ucapkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* dengan mengucapkan *Allahumma Sholli'ala Muhammad Wa'ala Ali Muhammad*. Semoga kita semua senantiasa mendapat syafa'at-Nya di dunia dan akhirat kelak.

Tugas Akhir ini saya persembahkan terkhusus kepada kedua orangtua peneliti yang selalu memberikan semangat kepada peneliti, menyediakan kebutuhan peneliti dalam belajar, yang selalu memberi peneliti pelajaran hidup meskipun secara tidak langsung. Adapun untuk saudara-saudara peneliti yang selalu memberikan *support*, selanjutnya saya persembahkan Tugas Akhir ini kepada seseorang yang hadir dalam perjalanan kisah hidup saya sebagai *support system* peneliti, seorang yang memberi peneliti banyak pelajaran.

Selanjutnya persembahan ini untuk diri peneliti, terima kasih kepada diri peneliti sudah bertahan hingga di titik ini sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, terakhir peneliti persembahkan Tugas Akhir ini kepada teman-teman peneliti terutama yang sudah selalu membantu, memberikan semangat, memberikan masukan dan mendengarkan keluh kesah peneliti dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah Rabbil 'Alamin*, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisis Kesadaran Keamanan dan Privasi *Gen-Z* Dalam Bertransaksi Pada *E-commerce*”. *Shalawat* serta salam kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* dengan mengucapkan *Allahumma Sholli'Ala Sayyidina Muhammad Wa'Ala Ali Sayyidina Muhammad*. Laporan Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada proses penyusunan Laporan Tugas Akhir, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dan telah menyempatkan waktunya untuk memberikan dukungan ataupun motivasi sebagai penyemangat peneliti. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Ibu Siti Monalisa, ST., M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi.
5. Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom sebagai Kepala Laboratorium Program Studi Sistem Informasi sekaligus Ketua Sidang peneliti yang telah memberikan arahan dan masukan.
6. Ibu Mona Fronita, S.Kom., M.Kom selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu peneliti mendapatkan beberapa paper yang peneliti butuhkan sebagai referensi, memberikan arahan serta motivasi dan bimbingan yang sangat berharga dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Bapak Muhammad Jazman, S.Kom., M.InfoSys sebagai Dosen Penguji 1 yang telah memberikan kritik, arahan dan saran yang bermanfaat kepada peneliti sebagai penyelesaian Tugas Akhir.
8. Bapak Inggih Permana, ST., M.Kom sebagai Dosen Penguji 2 yang telah memberikan arahan, kritik dan saran yang bermanfaat dalam penyelesaian Tugas Akhir.
9. Bapak Mustakim, ST., M.Kom sebagai Pembimbing Akademik peneliti



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah memberi bantuan serta masukan-masukan dari awal hingga akhir studi peneliti.

10. Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan do'a serta dukungan kepada peneliti dan terima kasih sudah mengakomodasi kebutuhan peneliti selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
11. Seluruh Dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat selama masa studi.
12. Nurul Fitri teman seperjuangan peneliti dari Semester 1 yang selalu memberikan motivasi, selalu menyemangati dan membantu peneliti begitu juga dengan Erlin Dwi Khasana teman dekat peneliti yang mendengarkan keluh kesah peneliti, selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
13. Sri Anjani, Tiara Ramadhani, Dian Ayu Sabilla, Derri Febila Anandia, Husnul Mardiah Aknir yang telah membantu dalam pengerjaan Tugas Akhir ini dan bersama-sama saling berbagi ilmu.
14. Seluruh pihak yang telah bersedia membantu dalam proses pengumpulan data.

Saya berdoa semoga bantuan ini menjadi amal *Shaleh*, semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* membalasnya. Peneliti menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini belum sempurna dan masih mengandung kesalahan. Oleh karena itu, peneliti terbuka terhadap masukan dan rekomendasi apapun untuk menyempurnakan penelitian ini agar menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat bagi pembaca. Kritik dan saran dapat menghubungi peneliti melalui *email* 12050326633@students.uin-suska.ac.id. Terakhir, peneliti mengucapkan selamat membaca dan terima kasih.

Pekanbaru, 8 Januari 2025

Peneliti,

**BELLA OKTAVIANTI**  
**NIM. 12050326633**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# ANALISIS KESADARAN KEAMANAN DAN PRIVASI GEN-Z DALAM BERTRANSAKSI PADA E-COMMERCE

**BELLA OKTAVIANTI**

**NIM: 12050326633**

Tanggal Sidang: 20 Desember 2024

Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

## ABSTRAK

Teknologi yang semakin berkembang memberikan manfaat bagi konsumen dalam penggunaan layanan *e-Commerce* sebagai kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik. Salah satu media elektronik yang sering digunakan oleh *Gen-Z* ialah Tokopedia. Tokopedia menjadi salah satu topik perbincangan dikalangan masyarakat dikarenakan kasus kebocoran data privasi yang paling terbaru di awal Mei 2020. Data pengguna yang bocor diantaranya adalah mengenai nama, *email* beserta *hash password*, dan nomor telepon. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kesadaran keamanan data menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) terhadap pengguna *e-Commerce* Tokopedia dalam melakukan transaksi. Penelitian ini dilakukan pada 96 pengguna layanan *e-Commerce* Tokopedia di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau. Peneliti menggunakan *tools SmartPLS 4* untuk menganalisis data. Dari analisis pengujian data didapatkan hasil bahwa kepercayaan dan *control* perilaku yang dirasakan tidak mempengaruhi persepsi risiko terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-Commerce* Tokopedia.

**Kata Kunci:** *e-Commerce*, Kesadaran Keamanan, Tokopedia, *Theory of Planned Behavior*.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# ANALYSIS OF GEN-Z SECURITY AND PRIVACY AWARENESS IN E-COMMERCE TRANSACTIONS

**BELLA OKTAVIANTI**  
**NIM: 12050326633**

*Date of Final Exam: December 20<sup>th</sup> 2024*  
*Graduation Period:*

*Department of Information System*  
*Faculty of Science and Technology*  
*State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau*  
*Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru*

## ABSTRACT

*The growing technology provides benefits for consumers in the use of e-Commerce services as buying and selling activities or transactions carried out using electronic media facilities. One of the electronic media that is often used by Gen-Z is Tokopedia. Tokopedia has become one of the topics of conversation among the public due to the most recent privacy data leak case in early May 2020. Leaked user data includes names, emails along with password hashes, and telephone numbers. The purpose of this study is to determine data security awareness using the Theory of Planned Behavior (TPB) method for Tokopedia e-Commerce users in making transactions. This research was conducted on 96 users of Tokopedia e-Commerce services at Sultan Syarif Kasim Riau State Islamic University and Riau University. Researchers used SmartPLS 4 tools to analyze the data. From the analysis of data testing, it was found that trust and perceived behavioral control did not affect risk perception on students interest in using Tokopedia e-Commerce.*

**Keywords:** *e-Commerce, Security Awareness, Theory of Planned Behavior, Tokopedia.*

UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	iv
<b>LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL</b>	v
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	vi
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR</b>	viii
<b>ABSTRAK</b>	x
<b>ABSTRACT</b>	xi
<b>DAFTAR ISI</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xv
<b>DAFTAR TABEL</b>	xvi
<b>DAFTAR SINGKATAN</b>	xvii
<b>1 PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang . . . . .	1
1.2 Perumusan Masalah . . . . .	5
1.3 Batasan Masalah . . . . .	5
1.4 Tujuan . . . . .	5
1.5 Manfaat . . . . .	5
1.6 Sistematika Penulisan . . . . .	6
<b>2 LANDASAN TEORI</b>	<b>7</b>
2.1 Kebocoran Data <i>e-Commerce</i> . . . . .	7
2.2 <i>e-Commerce</i> . . . . .	8
2.3 <i>Marketplace</i> Tokopedia . . . . .	8
2.4 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) . . . . .	9
2.4.1 <i>Attitude Toward The Behavior</i> (Sikap Terhadap Perilaku) . . . . .	9
2.4.2 <i>Subjective Norm</i> (Norma Subjektif) . . . . .	9

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.3	<i>Perceived Behavioral Control</i> (Kontrol Perilaku yang Dirasakan) . . . . .	10
2.4.4	<i>Intention Behavior</i> (Niat Perilaku) . . . . .	10
2.5	Kerangka Konseptual . . . . .	10
2.6	<i>Trust Belief</i> (Kepercayaan) . . . . .	11
2.7	<i>Risk Perceptions</i> (Persepsi Risiko) . . . . .	11
2.8	<i>Privacy Concerns</i> (Kekhawatiran Privasi) . . . . .	12
2.9	<i>Security Concerns</i> (Kekhawatiran Keamanan) . . . . .	12
2.10	<i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM) . . . . .	12
2.11	<i>SmartPLS</i> . . . . .	12
2.12	Populasi dan Sampel . . . . .	13
2.13	Penelitian Terdahulu . . . . .	13
<b>3</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>16</b>
3.1	Tahap Perencanaan . . . . .	16
3.1.1	Mengidentifikasi Masalah . . . . .	17
3.1.2	Tujuan dan Manfaat . . . . .	17
3.1.3	Menentukan Kerangka Konseptual . . . . .	17
3.1.4	Menentukan Responden . . . . .	22
3.2	Tahap Pengumpulan Data . . . . .	22
3.2.1	Membuat Kuesioner . . . . .	22
3.2.2	Menyebarkan Kuesioner . . . . .	25
3.3	Tahap Analisa dan Pengolahan Data . . . . .	26
3.3.1	Melakukan Pengolahan dan Analisa Data Menggunakan PLS-SEM . . . . .	26
3.3.2	Evaluasi <i>Outer Model</i> . . . . .	26
3.3.3	Evaluasi <i>Inner Model</i> . . . . .	27
3.3.4	Pengujian Hipotesis . . . . .	27
3.4	Hasil dan Pembuatan Laporan . . . . .	28
<b>4</b>	<b>HASIL DAN ANALISA</b>	<b>29</b>
4.1	Analisis Sistem . . . . .	29
4.2	Analisis Karakteristik Responden . . . . .	30
4.3	Analisis Model Pengukuran <i>Outer Model</i> . . . . .	31
4.4	Analisis Model Struktural <i>Inner Model</i> . . . . .	33
<b>5</b>	<b>PENUTUP</b>	<b>38</b>
5.1	Kesimpulan . . . . .	38



5.2 Saran . . . . . 38

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN A FORM KUESIONER PENELITIAN A - 1**  
**LAMPIRAN B DOKUMENTASI B - 1**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR GAMBAR

1.1	Rating Aplikasi Tokopedia 2024 . . . . .	1
1.2	Pengunjung Bulanan <i>Marketplace</i> Di Indonesia . . . . .	2
2.1	<i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) . . . . .	9
2.2	Kerangka Konseptual . . . . .	11
3.1	Metologi Penelitian . . . . .	16
3.2	Model Penelitian . . . . .	18
4.1	Tampilan Aplikasi Tokopedia . . . . .	29
4.2	Hasil Model Struktural . . . . .	34
A.1	Kuesioner Penelitian <i>Online</i> Berupa <i>Google Form</i> . . . . .	A - 1
A.2	Kuesioner Penelitian <i>Offline</i> Berupa <i>Hardcopy</i> . . . . .	A - 2
B.1	Penyebaran Kuesioner <i>Online</i> Melalui <i>Whatsapp</i> . . . . .	B - 1
B.2	Penyebaran Kuesioner <i>Offline</i> di UR dan UIN Suska Riau . . . . .	B - 2

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu . . . . .	14
3.1	Karakteristik Responden . . . . .	23
3.2	Identitas Kesetujuan Pertanyaan Kuesioner . . . . .	23
3.3	Indikator dan Variabel . . . . .	23
4.1	Karakteristik Responden . . . . .	30
4.2	Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas . . . . .	32
4.3	Hasil Kriteria <i>Fornell Larcker</i> . . . . .	33
4.4	Skor $R^2$ Menggunakan SmartPLS . . . . .	34
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis Menggunakan SmartPLS4 . . . . .	35

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR SINGKATAN

AT	: <i>Attitude</i>
AVE	: <i>Average Variance Extracted</i>
CA	: <i>Cronbach's Alpha</i>
CEO	: <i>Chief Executive Officer</i>
CNN	: <i>Cable News Network</i>
CR	: <i>Composite Reliability</i>
H	: <i>Hipotesis</i>
IN	: <i>Intention</i>
KTP	: <i>Kartu Tanda Penduduk</i>
OTP	: <i>One-Time Password</i>
OVO	: <i>Octobers Very Own</i>
PBC	: <i>Perceived Behavioral Control</i>
PC	: <i>Privacy Concerns</i>
PLS-SEM	: <i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i>
PT	: <i>Perseron Terbatas</i>
RP	: <i>Risk Perceptions</i>
SC	: <i>Security Concerns</i>
SIM	: <i>Surat Izin Mengemudi</i>
SmartPLS	: <i>Smart Partial Least Square</i>
SN	: <i>Subjective Norm</i>
TB	: <i>Trust Belief</i>
TI	: <i>Teknologi Informasi</i>
TKJ	: <i>Teknik Komputer dan Jaringan</i>
TPB	: <i>Theory of Planned Behavior</i>
UIN Suska	: <i>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim</i>
UR	: <i>Universitas Riau</i>
UU PDP	: <i>Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi</i>

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Revolusi di bidang Teknologi Informasi (TI) telah menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah orang yang terhubung dan memanfaatkan internet. Internet adalah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer dan jaringan komputer di seluruh dunia yang merupakan salah satu bentuk teknologi (Yusuf, 2020). Saat ini, penggunaan ponsel dan internet bukan hanya untuk mengobrol dan mencari informasi. Penggunaan utama internet bagi kebanyakan orang ialah sebagai sarana jual beli *online* (*e-Commerce*). Dengan adanya teknologi yang semakin berkembang memberikan manfaat bagi konsumen dalam penggunaan layanan *e-Commerce* sebagai kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik.

Salah satu media elektronik yang sering digunakan oleh *Gen-Z* ialah Tokopedia. Tokopedia juga merupakan salah satu *e-Commerce* yang digunakan sebagai sarana jual beli *online* dengan rating aplikasi tertinggi yaitu 4,6 dan 100 juta lebih yang mengunduh, dapat dilihat pada Gambar 1.1.

# Tokopedia

Tokopedia

4,6★

7,05 jt ulasan

100 jt+

Hasil download

3+

Rating 3+ ⓘ

**Gambar 1.1.** Rating Aplikasi Tokopedia 2024

Tokopedia menjadi *e-Commerce* nomor 1 di Indonesia dengan jumlah pengunjung *web* bulanan terbanyak pada masa kuartil 2 tahun 2021. Menurut data dari sumber Iprice, sejak kuartil keempat pada tahun 2018 Tokopedia merupakan *Marketplace* dengan tingkat pengunjung terbanyak mencapai 168.000.000 perbulannya. Sedangkan Bukalapak pada saat itu menduduki peringkat kedua di *Marketplace* dengan tingkat pengunjung mencapai 116.000.000 perbulan. Namun, pada kuartil keempat tahun 2019 Tokopedia berada di posisi kedua dengan tingkat pengunjung mencapai 67.900.000 perbulannya. Pada saat itu Shopee berada di posisi perta-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ma dengan tingkat pengunjung mencapai 72.973.300 perbulan. Akan tetapi, sejak kuartil kedua pada tahun 2021 sampai saat ini kuartil kedua tahun 2022 Tokopedia menjadi *Marketplace* dengan pengunjung terbanyak. Jumlah pengunjung saat ini pada kuartil kedua tahun 2022 yaitu mencapai 158.346.667 perbulan. Dapat dilihat pada Gambar 1.2.

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	158.346.667	#2	#5	1.000.000	5.263.104	6.517.950	7.976
2 Shopee	131.296.667	#1	#1	842.900	8.727.742	25.778.184	6.781
3 Lazada	26.640.000	#3	#2	475.900	3.156.231	32.137.440	1.506
4 Bukalapak	21.303.333	#7	#6	252.500	2.110.525	2.505.675	2.962
5 Blibli	19.736.667	#5	#3	613.700	2.258.064	8.689.266	2.952
6 Orami	16.176.667	#NA	#NA	5.685	20.085	350.042	251
7 Ralali	10.830.000	#24	#NA	3.736	50.778	90.396	204
8 Zalora	2.990.000	#4	#9	69.400	772.558	8.021.418	258
9 Klik Indomaret	2.846.667	#8	#8	NA	443.893	79.369	NA
10 JD ID	2.343.333	#9	#7	62.100	649.824	1.036.192	1.566

**Gambar 1.2.** Pengunjung Bulanan *Marketplace* Di Indonesia

Tokopedia menjadi salah satu topik perbincangan dikalangan masyarakat dikarenakan kasus kebocoran data privasi yang terbaru diawal Mei 2020. Data pengguna yang bocor diantaranya adalah mengenai nama, *email* beserta *hash password*, dan nomor telepon (Pradina, 2022).

*E-Commerce* Tokopedia tidak jujur dalam menyampaikan informasi terkait kasus kebocoran data privasi. Pada saat kasus kebocoran data privasi ini terjadi, *e-Commerce* Tokopedia hanya menginformasikan bahwasanya data keterbukaan data Tokopedia menjamin keamanan rekening bank dan kata sandi penggunanya (Fathur, 2020). Namun kenyataannya, ada sekitar 91 juta akun yang memiliki informasi pribadi dan telah dijual oleh Whysodank. Informasi ini diketahui karena akun tersebut menggunakan akun yang lain dengan *username* ShinHunter untuk melakukan penjualan di EmpireMarket yang merupakan salah satu forum *dark web*. Penjualan data pribadi tersebut menurut hackread telah menghasilkan 5000 dolar atau menjadi 74 juta apabila diruapiahkan (Fathur, 2020).

Tokopedia akan terus memenuhi tanggung jawabnya dan mempertanggung jawabkan kejadian yang terjadi dalam *Marketplace* atas nama CEO Tokopedia yaitu William Tanuwijaya, Tokopedia mengirimkan *email* kepada pelanggan mengenai persyaratan pemberitahuan (Pradina, 2022). Tokopedia telah menyarankan selu-



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ruh pengguna Tokopedia untuk sering mengubah kata sandi dan berhati-hati saat membagikan kode OTP dan Tokopedia telah bekerja sama dengan pemerintah termasuk Kementerian Komunikasi dan Informatika, Badan Siber serta Sandi Negara untuk melakukan penyelidikan dan menjaga data pribadi (Fathur, 2020). Tokopedia membutuhkan kebijakan yang diperlukan untuk mengurangi kuantitas data pribadi perusahaan diperlukan teknik keamanan data baru, seperti *blockchain* dan penerapan Undang-Undang khusus untuk perlindungan data pribadi yaitu Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) merupakan instrumen peraturan perundang-undangan yang melindungi data pribadi warga negara Indonesia dari perlindungan seperti teknik *phising* (Mariani, 2014).

Namun, hal ini juga menimbulkan masalah keamanan yang serius karena penjahat menganggap informasi berharga seperti kata sandi, rekening bank, dan data pribadi lainnya sebagai target yang menarik (Pradina, 2022). Serangan siber terhadap infrastruktur ini mengakibatkan konsekuensi finansial yang besar selain kebocoran data. Oleh karena itu, meningkatkan pengetahuan tentang kesadaran keamanan siber yang sangat penting untuk mempertahankan diri dari ancaman-ancaman tersebut (Alzubaidi, 2021).

Data dan informasi termasuk dalam keamanan terhadap sumber daya konseptual. Kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi dan privasi menempati peringkat tertinggi dalam lingkungan *e-Commerce* saat ini (Yazdanifard, Edres, dan Seyedi, 2011). Pengamanan data konsumen juga diperlukan agar data rahasia penting tidak diketahui oleh pihak yang tidak memiliki hak akses. Jika kepercayaan konsumen hilang terhadap kebocoran data maka *e-Commerce* tersebut dirugikan karena akan kehilangan pelanggannya (Mustika, 2020). Perilaku pengguna merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu teknologi informasi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap aspek yang memengaruhi bagaimana perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi khususnya penggunaan *e-Commerce* Tokopedia sangat penting sebagai upaya untuk meningkatkan perilaku pengguna.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis perilaku pengguna *e-Commerce* Tokopedia dikalangan mahasiswa UIN Suska Riau dan UR. Dengan perihal tersebut penelitian ini menggunakan salah satu model yang akan digunakan untuk mengetahui bagaimana perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi informasi. Model yang digunakan yaitu model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1985-1987 dan menambahkan kerangka teoritis kepercayaan dan risiko (Mayer, 1995). Model TPB ini terdiri dari 4 variabel yaitu *Intentions*, *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*. Peneliti menambahkan variabel *privacy con-*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cern dan *security concern*. Kemudian mengembangkan variabel *Trust Belief* dan *Risk Perceptions* (Mayer, 1995).

Pada penelitian terdahulu Raja (2016) berdasarkan penelitiannya berfokus pada kekhawatiran privasi konsumen yang merupakan salah satu hambatan utama bagi konsumen berpartisipasi dalam transaksi perdagangan elektronik (*e-Commerce*), yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan informasi pribadi seperti tanggal lahir, nomor telepon rumah, nomor jaminan sosial, informasi kartu kredit dan lain sebagainya. Oleh karena itu, melindungi privasi konsumen merupakan faktor penting bagi keberhasilan *e-Commerce* (Verhagen dan Meents, 2006). Pengguna *e-Commerce* harus membuat keputusan dalam lingkungan yang memiliki masalah mengenai faktor-faktor seperti privasi, keamanan, risiko, dan kepercayaan terhadap aktivitas dalam melakukan transaksi perdagangan elektronik. Dengan mengintegrasikan masalah privasi dan keamanan dalam kerangka teoritis TPB, penelitian ini memberikan kontribusi penting masalah konsumen dalam memengaruhi serangkaian keyakinan yang berbeda dan pada akhirnya dapat menentukan niat dan berperilaku.

Pada penelitian terdahulu Apau dan Koranteng (2019) juga menyelidiki bagaimana kejahatan dunia maya dan kepercayaan memengaruhi niat pengguna untuk melakukan bisnis melalui teknologi *e-Commerce*. Dengan menggunakan pendekatan survei, kuesioner daring didistribusikan dan data dari 476 peserta dianalisis secara ketat menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modelling*. Hasilnya menunjukkan model TPB (kepercayaan pada media internet, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku) yang dirasakan dan persepsi kejahatan dunia maya merupakan prediktor signifikan niat untuk membeli menggunakan teknologi *e-Commerce*.

Metode pengumpulan data dengan melakukan penyebaran dan studi kepustakaan seperti buku dan jurnal. Jika data sudah terkumpul maka data tersebut akan dianalisis menggunakan metode kuantitatif. Alat *SmartPLS* adalah program yang sering digunakan untuk analisis pemodelan persamaan struktural di berbagai proyek nasional. *Software* yang sering digunakan untuk menganalisis adalah *Structural Equation Modelling* dalam berbagai penelitian nasional dapat menggunakan *tools SmartPLS* (Darwin dan Umam, 2020). Peneliti menggunakan versi baru dari program analisis statistik ini untuk menganalisis data penelitian. Di Indonesia, baik perguruan tinggi negeri maupun swasta sudah mulai menggunakan teknik analisis ini. Peneliti berkeinginan untuk menggunakan judul tersebut untuk kajiannya berdasarkan uraian berikut ini.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian



dengan judul Analisis Kesadaran Keamanan dan Privasi *Gen-Z* Dalam Bertransaksi Pada *e-Commerce*.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan penelitian ini adalah bagaimana Menganalisa Kesadaran Keamanan dan Privasi *Gen-Z* Dalam Bertransaksi Pada *e-Commerce*.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan sesuai dengan topik penelitian, dengan demikian diterapkan batasan dalam membahas permasalahan. Adapun batasan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna *e-Commerce* Tokopedia.
2. Responden dalam penelian ini mencakup mahasiswa Universitas Negeri di kota Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau yang menggunakan *e-Commerce* Tokopedia.
3. Penelitian ini menganalisis kesadaran keamanan berdasarkan pengalaman dan perilaku pengguna *e-Commerce* Tokopedia.
4. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan survei dalam bentuk kuesioner kepada pengguna *e-Commerce* Tokopedia.
5. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*.
6. Analisa data menggunakan PLS-SEM dengan menggunakan *tools Smart-PLS 4.0*.

## 1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kesadaran keamanan data menggunakan variabel TPB terhadap pengguna *e-Commerce* Tokopedia.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi terhadap kesadaran keamanan data *e-Commerce* Tokopedia.

## 1.5 Manfaat

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk memahami keamanan data dalam kasus kebocoran data pengguna *e-Commerce* dengan menggunakan teori-teori terkait. Penelitian ini juga dilakukan untuk membuktikan pengaruh bagaimana cara dalam menjaga privasi pengguna, sehingga kasus kebocoran data dapat dice-



gah dan kepercayaan pengguna terhadap *e-Commerce* tetap terjaga.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi perusahaan *e-Commerce* dalam meningkatkan keamanan data pengguna agar lebih efektif, sehingga pengguna merasa nyaman dan percaya menggunakan aplikasi tersebut. Bagi pengguna penelitian ini diharapkan membantu memahami pentingnya memilih aplikasi *e-Commerce* yang terpercaya dan menjaga privasi untuk tetap aman dan nyaman.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan penjelasan yang lebih menyeluruh, peneliti menuliskan Tugas Akhir ini ke dalam beberapa bab yang masing-masing bab berkaitan berdasarkan ruang lingkup permasalahan. Secara umum, gambaran isi dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

### BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan: (1) Latar Belakang Masalah; (2) Rumusan Masalah; (3) Batasan Masalah; (4) Tujuan; (5) Manfaat; dan (6) Sistematika Penulisan.

### BAB 2. LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan: (1) Kesadaran Keamanan; (2) Kebocoran Data; (3) *e-Commerce*; (4) *Marketplace* Tokopedia; (5) *Theory of Planned Behavior* (TPB); (6) Kerangka Konseptual; (7) PLS-SEM; (8) *SmartPLS*; (9) Populasi dan Sampel; (10) Penelitian Terdahulu.

### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan: (1) Tahap Perencanaan; (2) Tahap Pengumpulan Data; (3) Tahap Analisa dan Pengolahan Data; (4) Hasil dan Pembuatan Laporan.

### BAB 4. HASIL DAN ANALISA

Bab ini menjelaskan tentang analisis data yang diperoleh dari objek penelitian serta menjelaskan berdasarkan Metode TPB. Proses pengolahan data terdiri dari: (1) Analisa; (2) Karakteristik Responden; (3) Analisa Data Menggunakan SEM-PLS dan *SmartPLS*; (4) Pengujian Hipotesis; dan (5) Pembahasan.

### BAB 5. PENUTUP

Pada bab ini berisikan: (1) Kesimpulan dan (2) Saran.



## BAB 2

### LANDASAN TEORI

Meningkatkan kesadaran keamanan sangat penting untuk mengatasi masalah saat ini karena peretas baik individu maupun kolektif, biasanya menargetkan pengguna yang rentan. Mereka yang tidak memiliki pengetahuan dan kesadaran akan keamanan siber saat melakukan transaksi *online* (Rahmadi, 2020). Konsumen adalah pelaku utama dalam *e-Commerce*, sesuai dengan tren di industri. Perusahaan *e-Commerce* menyediakan produk atau layanan langsung kepada pengguna akhir, bukan melalui *reseller* atau agen sebagaimana dibuktikan oleh data (BPS 2020). Oleh karena itu, sumber daya manusia dalam hal ini pelanggan *e-Commerce* menjadi peran penting dalam melindungi sekaligus menjadi alat yang ampuh untuk memerangi kejahatan siber (Ani, Lumanauw, dan Tampenawas, 2022).

#### 2.1 Kebocoran Data *e-Commerce*

Perkembangan digital dan keterbukaan transaksi *online* sering kali berujung pada pembobolan data. Peningkatan penggunaan *e-Commerce* berbanding lurus dengan risiko kejahatan yang terkait (Utari, Ardia, Jamiati, dan Fitria, 2023). Semua jenis kejahatan yang metode operasinya melibatkan penggunaan sumber daya *online* disebut sebagai kejahatan dunia maya (Habibi dan Liviani, 2020). Pembayaran melalui kartu kredit pihak ketiga (*carding*), akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*), kerusakan situs *web*, dan pencurian data pribadi merupakan jenis kejahatan dunia maya yang umum terjadi pada *e-Commerce*. Dengan meningkatnya pengguna telepon seluler dan internet, masalah pencurian identitas semakin meningkat (Rumlus dan Hartadi, 2020).

Tokopedia mengalami permasalahan terkait kehilangan data pengguna pada tanggal 20 maret 2020. Situs resmi CNN, melaporkan peretas yang bernama Whysodank menjual informasi pribadi sekitar 91 juta anggota Tokopedia seharga Rp 74 juta di *dark web*. Data pengguna yang bocor meliputi nama, nama akun, alamat *email*, nama toko *online*, nomor telepon, tanggal pendaftaran, dan berbagai data terenkripsi (Hidayat, Likadja, dan Derozari, 2023). Menanggapi laporan tersebut, Tokopedia mengakui adanya upaya pencurian data pengguna saat itu juga. Selain itu Tokopedia menegaskan telah berhasil melindungi data pengguna, termasuk *hash* kata sandi dan informasi pembayaran dari akun, kartu kredit, dan *e-wallet* OVO.

Kebocoran data dapat mengakibatkan kerugian akibat *phishing*, *spamming*, jual beli nomor telepon untuk *telemarketing*, dan lainnya. Data bocor juga dapat digunakan untuk meretas layanan lain seperti jejaring sosial dan pembayaran digital,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau dapat digunakan untuk mengakses rekening kredit yang tidak digunakan secara *online* oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Sangat penting untuk tidak memberikan informasi pribadi seperti nomor rekening, KTP, SIM, kode verifikasi, atau data pribadi lainnya agar tidak terungkap (Raghavan, Desai, dan Rajkumar, 2017).

## 2.2 *e-Commerce*

*e-Commerce* di Indonesia merupakan kegiatan pendistribusian, penjualan, pembelian dan perdagangan barang dan jasa melalui jaringan komunikasi seperti jaringan komputer, internet, dan televisi. *e-Commerce* merupakan *website* yang menyediakan proses transaksi belanja *online*. Istilah perdagangan elektronik mengacu saat membeli, menjual dan mempromosikan produk dan layanan antara lain menggunakan platform elektronik seperti jaringan komputer, radio, dan televisi. Menurut Siregar (2018) mendefinisikan *e-Commerce* sebagai penggunaan jaringan, aplikasi, dan internet untuk tujuan bisnis. *e-Commerce* merupakan suatu media baru dalam melakukan kegiatan termasuk penjualan, pembelian, pendistribusian, dan pemasaran produk dan jasa yang dilakukan secara *online* melalui jaringan internet dan memerlukan teknologi *database* (Afdal, Lutfi, dan Fronita, 2023).

## 2.3 *Marketplace Tokopedia*

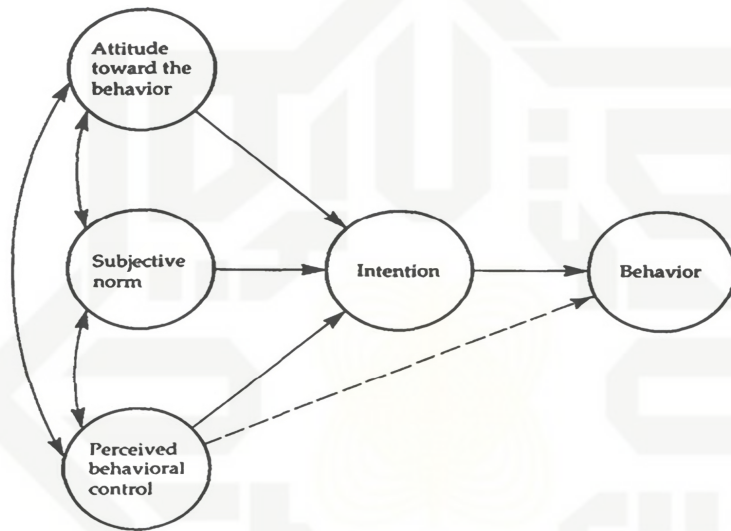
*Marketplace* merupakan situs *web e-Commerce* yang dapat memberikan informasi produk dan layanan yang disediakan oleh banyak pihak ketiga dan transaksi diproses oleh operator (Juliany, Salamuddin, dan Dewi, 2018). *Marketplace* merupakan wadah jual beli dimana dilakukan kegiatan menjual barang dan jasa kepada pembeli. *Marketplace* adalah suatu bentuk pasar yang menggunakan media elektronik atau *online*. Di Indonesia PT. Tokopedia merupakan salah satu contoh model bisnis *marketplace*. *Marketplace* dapat diartikan sebagai pasar tradisional dimana banyak orang berkumpul dalam satu tempat untuk melakukan aktivitas jual beli secara *online*.

Tokopedia merupakan perusahaan *e-Commerce* pertama dan terbesar di Indonesia yang didirikan pada tanggal 6 Februari 2009. *Website* ini diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2009 oleh penemu, pembuat, dan pengembang yaitu William Tanuwijaya. Tokopedia memiliki mesin pencari yang memudahkan pencarian produk dan fungsi direktori yang dapat digunakan sebagai katalog belanja, memberikan peluang bisnis berbagai produk dan pendapatan Tokopedia bisa mencapai 20 juta pertahunnya (Hidayat, 2023).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.4 Theory of Planned Behavior (TPB)

Kerangka konseptual ini berguna sebagai kompleksitas perilaku manusia yang muncul dari keyakinan perilaku yang disediakan oleh teori perilaku terencana. Kerangka kerja ini membantu menjelaskan bagaimana orang mengadopsi kebiasaan baru, seperti menggunakan teknologi. Menurut TPB, niat berperilaku (*intention to behavior*) dipengaruhi oleh perilaku seseorang (*behavior*). Teori ini merupakan pengembangan dari teori sebelumnya yang dipandang memiliki keterbatasan model dalam memahami perilaku manusia (Ajzen, 1991). Untuk melihat kerangka konseptual dari TPB ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Theory of Planned Behavior (TPB)

### 2.4.1 Attitude Toward The Behavior (Sikap Terhadap Perilaku)

Menurut penelitian sebelumnya, salah satu definisi sikap terhadap perilaku adalah cara konsumen mengungkapkan perasaan terhadap suka dan ketidaksukaan mereka terhadap suatu produk. Pendapat positif maupun negatif telah memperlihatkan sikap bagaimana perasaan seseorang terhadap suatu objek. Dalam bukunya Ajzen (2005) terdapat dua indikator untuk mengukur variabel ini: *behavior belief* dan *outcome evaluating* (Vitria, 2022). Sikap ini dibentuk oleh keyakinan yang diperoleh dari perilaku pengguna.

### 2.4.2 Subjective Norm (Norma Subjektif)

Dalam model TPB, norma subjektif seseorang terhadap suatu perilaku didefinisikan sebagai penilaian seseorang terhadap apakah orang-orang yang penting baginya merasa perilaku tersebut harus dilakukan atau tidak (Ajzen, 1991). Pengukuran norma subjek berdasarkan keyakinan terdiri dari keyakinan normatif dan motivasi. Keyakinan normatif mengacu pada penilaian tentang seberapa besar ke-

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

mungkinan atau tidaknya kelompok mendukung perilaku tersebut. Motivasi untuk mematuhi mengacu pada penilaian pribadi tentang seberapa termotivasi seseorang untuk mematuhi kelompok tersebut. Untuk penelitian ini, norma subjektif mengacu pada tingkat persetujuan konsumen terhadap *e-Commerce*. Model TPB menunjukkan hubungan yang pasti antara norma subjektif dan niat berperilaku.

#### 2.4.3 *Perceived Behavioral Control* (Kontrol Perilaku yang Dirasakan)

Menurut Ajzen (1991) kontrol perilaku yang dipersepsikan *Perceived Behavioral Control* (PBC) berkaitan dengan seberapa mudah atau sulitnya melakukan perilaku tertentu. PBC menunjukkan tingkat kontrol subjektif atas kinerja suatu perilaku, bukan kemungkinan yang dipersepsikan bahwa suatu perilaku akan menghasilkan hasil tertentu (Ajzen, 2002). Kontrol perilaku yang dipersepsikan (PBC) ditemukan memiliki hubungan positif antara niat dan perilaku aktual (Pavlou dan Fygenson, 2006).

#### 2.4.4 *Intention Behavior* (Niat Perilaku)

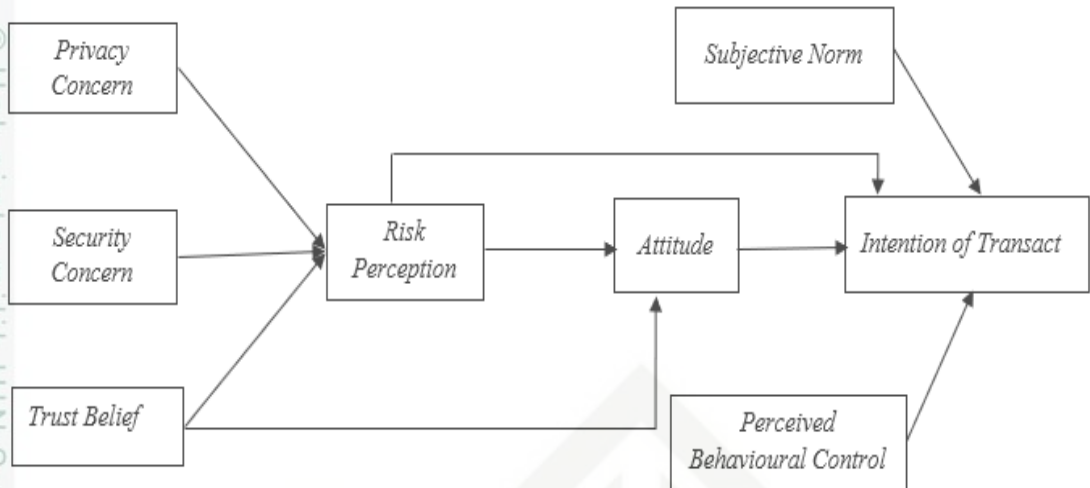
Niat perilaku merupakan dari perilaku aktual (Ajzen, 1991). Model TPB menunjukkan bahwa niat perilaku merupakan indikator perilaku yang paling berpengaruh. Penelitian ini akan mengukur niat berperilaku. Dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat berperilaku berkorelasi dengan perilaku aktual (Sheppard, Hartwick, dan Warshaw, 1988). Oleh karena itu, mengukur niat akan memberikan beberapa indikasi perilaku konsumen.

### 2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini juga dikenal sebagai model penelitian yang merupakan kumpulan ide yang dikelompokkan untuk menyelesaikan permasalahan. Pada kerangka konseptual ini mengadopsi model penelitian yang dikembangkan oleh Raja (2016). Model penelitian ini mengadopsi variabel kepercayaan dan risiko dari Mayer (1995) dan teori perilaku terencana TPB Ajzen (1991) yang digabungkan menjadi satu dengan penelitian sebelumnya oleh Raja (2016). Sebagai landasan penelitian berdasarkan teori perilaku yang direncanakan yang menunjukkan hubungan antara keamanan terhadap privasi data dan perilaku pengguna pada niat penggunaan. Berikut ini dapat dilihat pada Gambar 2.2 yang merupakan gambaran kerangka konseptual.

Teori TPB dapat digunakan untuk memahami pengaruh positif atau negatif. Data yang diperoleh dalam analisa kesadaran keamanan data dapat digunakan untuk memahami bagaimana individu mempersiapkan kontrol dan risiko yang dialami dan bagaimana keyakinan untuk dapat mempengaruhi perilaku pengguna.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 2.2.** Kerangka Konseptual

### 2.6 Trust Belief (Kepercayaan)

Menurut Mayer (1995) Kepercayaan sangat penting dalam hubungan *e-Commerce* karena adanya risiko, ketidakpastian, dan saling ketergantungan. Kutipan ini menjelaskan mengapa kepercayaan tersebut merupakan pusat dari suatu *e-Commerce*. Hal ini dipengaruhi oleh aktivitas jual beli yang terjadi di *e-Commerce*, dimana pembeli dan penjual tidak bertransaksi secara langsung (tatap muka), sehingga dapat menimbulkan risiko bagi kedua belah pihak (pembeli dan penjual) (Ciputra dan Prasetya, 2020). Dimensi keyakinan kepercayaan yang dijelaskan oleh Bhattacharjee (2002) merupakan kemampuan, integritas, dan kebajikan. Kemampuan mengacu pada persepsi konsumen terhadap kompetensi dan pengetahuan perusahaan daring yang menonjol pada perilaku yang diharapkan. Persepsi ini berasal dari pengalaman sebelumnya atau dukungan kelembagaan dari pihak ketiga dalam bentuk kepercayaan. Integritas mengacu pada persepsi konsumen bahwa *e-Commerce* akan mematuhi serangkaian prinsip atau aturan yang dapat diterima oleh konsumen. Kebajikan adalah sejauh mana *e-Commerce* dianggap bertindak untuk kesejahteraan konsumen.

### 2.7 Risk Perceptions (Persepsi Risiko)

Dalam literatur pemasaran, Persepsi Risiko awalnya didefinisikan oleh Bauer (1967) sebagai perilaku pelanggan dalam kerangka teoritis pengambilan risiko. Kerangka pengambilan risiko menyatakan bahwa konsumen memilih produk berdasarkan tingkat ketidakpastian mengenai merek tertentu. Pelanggan menanggung risiko yang dirasakan dan mengambil tindakan untuk mengurunginya, seba-



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

gian besar dengan bergantung kepada seseorang atau konsep.

## 2.8 *Privacy Concerns (Kekhawatiran Privasi)*

Smith (1967) mengembangkan skala kekhawatiran privasi dengan empat dimensi yaitu: pengumpulan, penggunaan sekunder yang tidak sah, akses yang tidak tepat, dan kesalahan. Masalah privasi informasi tingkat umum ketiga dikemukakan oleh Hong dan Thong (2013). Ini terdiri dari enam aspek tingkat pertama (yaitu pengumpulan, penggunaan sekunder, kesalahan, presisi non-akses, kontrol, dan kesadaran) dan dua faktor tingkat kedua (manajemen interaksi dan manajemen informasi). Pengguna internet dengan tingkat masalah privasi yang tinggi cenderung memiliki persepsi risiko yang tinggi.

## 2.9 *Security Concerns (Kekhawatiran Keamanan)*

Penelitian yang mempelajari hubungan antara keamanan, persepsi risiko, dan niat pembelian yang masih terbatas. Dalam kebanyakan kasus, keamanan termasuk sebagai bagian dari masalah privasi. Di antara studi empiris yang sangat terbatas tentang keamanan, Miyazaki dan Fernandez (2001) menemukan bahwa kekhawatiran keamanan sistem konsumen terkait dengan tingkat pembelian produk secara *online*.

## 2.10 *Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*

Pertama kali PLS diperkenalkan ke publik pada tahun 1974 oleh Wald. PLS-SEM merupakan salah satu dari berbagai metode analisis dan dianggap sangat ampuh karena dapat digunakan dengan semua jenis skala data (data interval, data nominal, rasio) serta persyaratan penerimaan yang fleksibel (Harahap, 2020). PLS digunakan untuk membantu peneliti memperoleh nilai variabel yang berguna untuk perkiraan dan juga dapat digunakan untuk memvalidasi hipotesis (Lutfiani, 2021).

Selain itu, PLS-SEM dapat dilihat sebagai kombinasi regresi dan analisis faktor. PLS-SEM dapat menghasilkan estimasi meskipun dengan ukuran sampel yang kecil (Sholihin dan Ratmono, 2021). Analisis PLS-SEM biasanya terdiri dari dua submodel: model pengukuran (sering disebut model eksternal atau disebut *outer model*) dan model struktural (sering disebut model internal atau disebut *inner model*) (Udin, 2023).

## 2.11 *SmartPLS*

*SmartPLS* merupakan *software* yang sering digunakan untuk analisis PLS-SEM. Perangkat lunak ini dikembangkan oleh *University of Hamburg* Jerman (Fet-rina, 2022). Di bawah ini adalah beberapa komponen *SmartPLS* diantaranya yaitu:

1. Variabel Laten



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel ini merupakan variabel yang tidak dapat diamati atau diukur secara langsung (Ghozali, 2021). Variabel eksogen (independen) dan endogen (dependen) merupakan dua kategori yang memisahkan variabel laten ini. Variabel yang mempengaruhi variabel endogen disebut dengan variabel eksogen.

## 2. Observed Variable

Variabel yang ukuran kuantitatifnya dapat ditentukan, misalnya dari skor respon subjek terhadap suatu alat ukur, sering disebut dengan variabel manifes (Zakiah, Baharta, dan Hermana, 2023).

## 2.12 Populasi dan Sampel

Populasi terdiri dari semua fakta relevan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian. Menurut Handayani (2020) mengartikan populasi sebagai keseluruhan unsur-unsur suatu peristiwa yang mempunyai ciri-ciri yang sama, misalnya individu, kelompok, atau subjek penelitian. Parameter adalah nilai yang diperoleh dari suatu populasi untuk membuat kesimpulan tentang populasi tersebut atau objek penelitian secara keseluruhan. Populasi penelitian ini adalah pengguna *e-Commerce* yang erat kaitannya dengan perilaku pengguna dan pengetahuan keamanan terkait kebocoran data dikalangan pengguna *e-Commerce* Tokopedia.

Sampel ini akan menjadi bagian dari suatu populasi yang mempunyai ciri-ciri yang sama dengan kelompok atau populasi tersebut. Sampel mengacu pada contoh nilai terhitung yang diperoleh dari suatu sampel, biasa disebut dengan statistik. Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah sebagian dari ciri-ciri dan jumlah suatu populasi.

Secara umum, ada dua kategori metode pengambilan sampel yaitu: *Probability Sampling* dan *Non-probability Sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Noeraini dan Sugiyono, 2016).

## 2.13 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan dalam membantu menentukan topik penelitian. Dalam penelitian ini, studi sebelumnya menjadi fokus utama yang berperan sebagai acuan teori pada Tabel 2.1.



**Tabel 2.1.** Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil
Raja (2016)	<i>Online Privacy and Security Concern of Consumers, Information and Computer Security</i>	Hasil dari penelitian ini adalah untuk pengembangan teori dan praktik dengan mengintegrasikan masalah privasi dan keamanan dalam kerangka teoritis TPB. Hasilnya ialah konsumen membuat keputusan untuk berpartisipasi menggunakan <i>e-Commerce</i> dalam pertemuan sosial antara kepercayaan dan persepsi risiko, yang dipengaruhi oleh masalah privasi dan keamanan, maka kerangka adopsi <i>e-Commerce</i> mencakup semua faktor.
Apau dan Koranteng (2019)	<i>Impact of Cybercrime and Trust on the Use of e-Commerce Technologies: An Application of the Theory of Planned Behavior</i>	Hasilnya menunjukkan model TPB (kepercayaan pada media internet, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku) yang dirasakan dan persepsi kejahatan dunia maya merupakan prediktor signifikan niat untuk membeli menggunakan teknologi <i>e-Commerce</i> .
Alyahya dan Weir (2021)	<i>Understanding Responses to Phishing in Saudi Arabia via the Theory of Planned Behaviour</i>	Hasil menunjukkan korelasi antara strategi ini dan TPB. Khususnya, antara sikap dan niat untuk merespons berdasarkan strategi otoritas, norma subjektif dan niat untuk merespons berdasarkan strategi. Bukti sosial dan norma subyektif serta niat untuk merespons berdasarkan strategi kelangkaan. Temuan tersebut dilaporkan agar bisa memotivasi komunitas mengenai keamanan informasi untuk meningkatkan program pelatihan saat ini dan merancang agar pelatihan terlaksana secara efektif terhadap risiko serangan <i>phishing</i> .
Redda (2019)	<i>Attitudes towards Online Shopping: Application of the Theory of Planned Behaviour</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, masalah privasi dan keamanan menentukan sikap konsumen terhadap belanja <i>online</i> yang mempengaruhi perilaku pengguna. Keyakinan dalam melakukan transaksi <i>online</i> dapat mempengaruhi persepsi kontrol perilaku konsumen, yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja <i>online</i> . Penelitian ini juga menemukan bahwa keyakinan normatif bersifat langsung dari norma subjektif, yang mempengaruhi perilaku pengguna.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Tabel 2.1.** Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan...)

Nama	Judul	Hasil
Mashatan, Sangari, dan Dehghani (2022)	<i>How Perceptions of Information Privacy and Security Impact Consumer Trust in Crypto-Payment: An Empirical Study</i>	Hasil penelitian ini menemukan informasi yang dirasakan terhadap risiko privasi, persepsi konsumen transaksi yang merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen dengan pembayaran kripto, namun persepsi ini terhadap risiko keamanan informasi tidak signifikan. Dengan hal tersebut maka perlu meningkatkan pemahaman dan kesadaran konsumen terhadap informasi privasi dan potensi masalah keamanan dalam pembayaran kripto.
Wu, Huang, Yen, dan Popova (2012)	<i>The effect of online privacy policy on consumer privacy concern and trust</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki masalah kepercayaan dan privasi terkait dengan kesediaan untuk memberikan informasi pribadi secara online di bawah pengaruh efek kebijakan privasi. Penelitian ini mengembangkan usulan berdasarkan model Privasi, Kepercayaan, dan Niat Perilaku. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan hubungan antara kebijakan privasi dan masalah kepercayaan privasi.
Al Fronita, Saputra, Hamzah, dkk. (2025)	<i>Measuring The Level Of Cybersecurity Awareness Of Social Media Users Among Students</i>	Berdasarkan statistik BSSN, serangan siber di Indonesia sebesar 41%, dari 290.3 juta pada tahun 2019 menjadi 495.3 juta pada tahun 2020. Perilaku ini dinilai menggunakan lima variabel TPB yaitu: sikap, bentuk subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, niat, dan perilaku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai pengetahuan keamanan <i>cyber</i> mahasiswa dan berkontribusi pada literatur terkini dengan memberikan bukti empiris.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

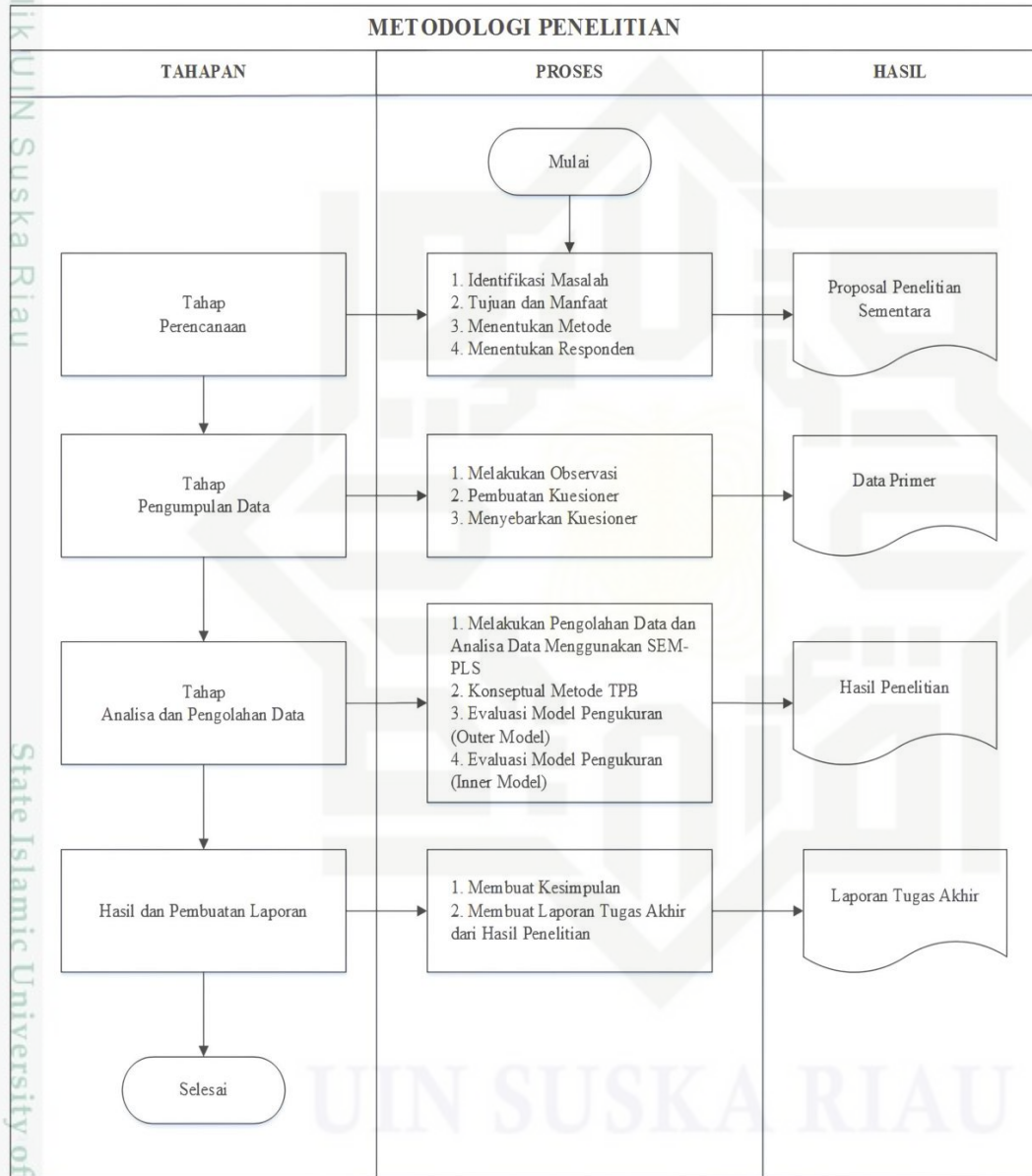
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini merupakan tahapan-tahapan yang akan dilakukan penulis selama proses penelitian. Adapun alur tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



**Gambar 3.1.** Metologi Penelitian

### 3.1 Tahap Perencanaan

Adapun proses yang dilakukan pada tahap perencanaan ini adalah:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

### 3.1.1 Mengidentifikasi Masalah

Identifikasi masalah mengenai fenomena *research* riset kemudian mendiskusikannya bersama teman-teman begitu juga dosen pembimbing yang memiliki keahlian dibidang topik yang akan diangkat. Selanjutnya melakukan identifikasi terkait hal-hal apa saja yang sedang banyak diperbincangkan dan unik yang dapat dijadikan topik permasalahan dalam penelitian ini. Kemudian, mengidentifikasi fenomena riset untuk menjadi topik pembahasan pada penelitian ini serta perumusan masalah dan mencari referensi-referensi yang terkait dengan topik atau pembahasan yang akan diteliti. Pada studi ini dipilih topik mengenai perilaku pengguna teknologi informasi terhadap *e-Commerce* Tokopedia. Selanjutnya, pastikan tujuan penelitian untuk memastikan bahwa penelitian sesuai seperti yang diharapkan. Kemudian batasi pembahasan topik penelitian yang diangkat, agar penelitian lebih fokus pada pembahasan pokok. Terdapat batasan-batasan masalah pada topik penelitian ini, yaitu berupa sampel, objek, metode, *tools*, responden dan data.

### 3.1.2 Tujuan dan Manfaat

Poin ini mencakup manfaat-manfaat yang akan dirasakan dari temuan penelitian serta item-item yang akan diperoleh dari rumusan masalah.

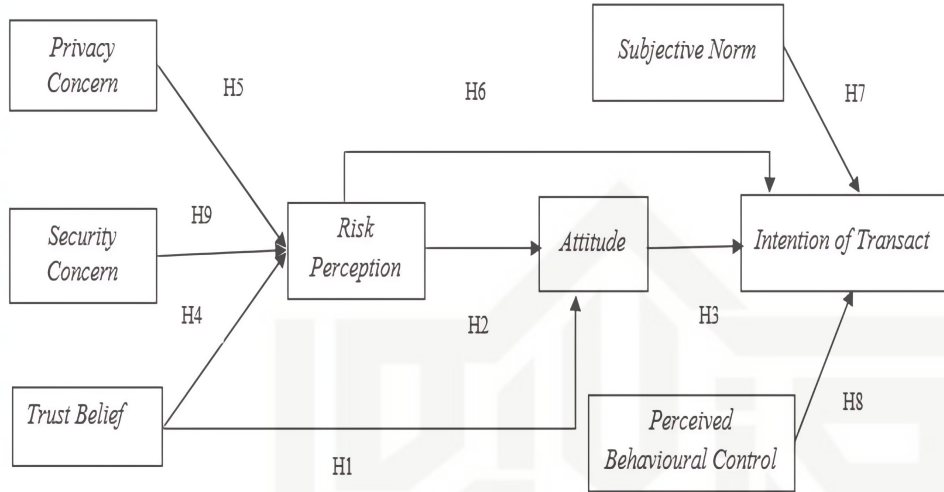
### 3.1.3 Menentukan Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini, juga dikenal sebagai model penelitian yang merupakan kumpulan ide yang dikelompokkan untuk menyelesaikan permasalahan. Pada kerangka konseptual ini mengadopsi model penelitian yang dikembangkan oleh Raja (2016). Model penelitian ini mengadopsi variabel kepercayaan dan risiko dari Mayer (1995) dan Teori Perilaku Terencana TPB Ajzen (1991) yang digabungkan menjadi satu dengan penelitian sebelumnya oleh Raja (2016). Sebagai landasan penelitian berdasarkan teori perilaku yang direncanakan yang menunjukkan hubungan antara keamanan privasi terhadap kebocoran data untuk mengetahui pengaruh kesadaran keamanan terhadap privasi data dan perilaku pengguna pada niat penggunaan.

Teori TPB dapat digunakan untuk memahami pengaruh positif atau negatif. Data yang diperoleh dalam analisa kesadaran keamanan data dapat digunakan untuk memahami bagaimana individu mempersiapkan kontrol dan risiko yang dialami dan bagaimana keyakinan uni dapat mempengaruhi perilaku pengguna. Pada model penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.2 yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi topik yang akan diteliti. Berdasarkan analisis *e-Commerce* Tokopedia dan tinjauan berbagai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

artikel ilmiah ditemukan beberapa variabel yang relevan yaitu; *Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Control*, *Intentions*, *Trust Belief*, *Risk Perceptions*, *Privacy Concern*, dan *Security Concern*.



**Gambar 3.2.** Model Penelitian

1. *Behavioral Intention*

Niat berperilaku merupakan hipotesis pertama dari perilaku aktual (Ajzen, 1991). Model TPB ini menunjukkan bahawa niat berperilaku yang memprediksi perilaku adalah hipotesis yang paling berpengaruh. Dalam penelitian sebelumnya, niat berperilaku yang diukur tetapi tidak mengukut aktual perilaku (Malhotra, 2004). Ada bukti dalam penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahawa niat berperilaku berkorelasi dengan perilaku aktual (Sheppard, 1988). Oleh karena itu, ukurlah hipotesis niat perilaku untuk memberikan beberapa indikasi perilaku konsumen.

2. *Trust Belief*

Menurut Mayer (1995) Kepercayaan sangat penting dalam hubungan *e-Commerce* karena adanya risiko, ketidakpastian, dan saling ketergantungan. Kutipan ini menjelaskan mengapa kepercayaan tersebut merupakan pusat dari suatu *e-Commerce*. Hal ini dipengaruhi oleh aktivitas jual beli yang terjadi di *e-Commerce*, dimana pembeli dan penjual tidak bertransaksi secara langsung (tatap muka), sehingga dapat menimbulkan risiko bagi kedua belah pihak pembeli dan penjual (Ciputra dan Prasetya, 2020).

Sikap keyakinan dan kepercayaan yang dijelaskan oleh Bhattacharjee (2002) merupakan kemampuan, integritas, dan kebajikan. Keyakinan mungkin memiliki sikap positif atau negatif terhadap suatu objek. Oleh



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena itu, dalam *e-Commerce* konsumen mungkin memiliki sikap positif atau negatif yang menguntungkan terhadap *e-Commerce*. Penelitian sebelumnya telah mempelajari hubungan antara sikap dan kepercayaan. Dalam pasar elektronik konsumen ke konsumen, hubungan yang menguntungkan telah ditemukan antara persepsi konsumen tentang kepercayaan dan sikap dalam pembelian (Verhagen dan Meents, 2006). *e-Commerce* dapat membangun kepercayaan jika mereka meyakinkan konsumen bahwa transaksi *online* akan berlangsung seperti yang diharapkan oleh konsumen. Tingkat kepercayaan yang lebih tinggi menghasilkan sikap positif yang membantu dalam mempertahankan hubungan yang berkomitmen (Eu-ijin, 2007).

**H1:** *Trust Belief* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam menggunakan.

3. *Risk Perception*

Persepsi risiko pertama kali dikonseptualisasikan oleh Bauer (1967). Dengan asumsi risiko yang dirasakan, konsumen mengambil langkah-langkah untuk mengandalkan seseorang atau ide (Sheth dan Venkatesan, 1968). Misalnya, konsumen mungkin mengandalkan citra merek suatu produk atau pendapat seorang ahli. Persepsi risiko digambarkan sebagai sikap merasakan kerugian dalam mengejar hasil yang diinginkan. Penelitian sebelumnya dalam perilaku konsumen telah melaporkan dampak yang signifikan antara persepsi risiko dan sikap dalam hal pembelian (Bian dan Moutinho, 2009; Michaelidou dan Christodoulides, 2011). Dinyatakan bahwa konsumen yang merasakan tingkat risiko yang lebih tinggi akan memiliki sikap negatif terhadap *e-Commerce*.

**H2:** *Risk Preseption* berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen dalam berbelanja *online*.

Hubungan antara *Trust, Attitude, dan Risk Perception*

Hubungan antara Kepercayaan, Sikap dan Persepsi Risiko seperti yang ditunjukkan oleh Malhotra (2004), telah ditetapkan dalam kepercayaan, risiko bahwa ciri-ciri yang dapat memengaruhi kepercayaan dan keyakinan risiko (Mayer, 1995). Sitkin dan Pablo (1992) menyatakan bahwa risiko yang dirasakan dapat memediasi pengaruh kepercayaan terhadap niat dan perilaku. Beberapa penelitian telah menyelidiki pengaruh kepercayaan terhadap risiko yang dirasakan. Ditemukan adanya pengaruh buruk yang signifikan antara kepercayaan dan risiko yang dirasakan (Jarvenpaa 1999; Jarvenpaa 2000; Kimery dan McCord 2002; van der Heijden 2003). Di



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar lelang daring, kepercayaan pembeli terhadap penjual merupakan faktor dalam mengurangi risiko yang dirasakan (Pavlou dan Fygenson, 2006).

**H4:** *Trust* konsumen akan berpengaruh negatif terhadap *Risk Perception*.

4. *Privacy Concern* dan *Risk Perception*

Kekhawatiran privasi menurut pandangan individu tentang kewajaran dalam konteks privasi informasi (Campbell, 1997). Konsumen mungkin memiliki pendapat yang berbeda tentang apa yang adil dan apa yang tidak ketika menyangkut mengenai pengumpulan dan penggunaan informasi pribadi mereka oleh perusahaan (Malhotra, 2004). Terdapat pada teori kontrak sosial, menyatakan bahwa kepedulian privasi konsumen daring telah diusulkan untuk berpusat pada tiga dimensi utama pengumpulan, kontrol, dan kesadaran akan keamanan privasi (Malhotra, 2004). Jika seseorang peduli dengan privasi, hal ini akan memengaruhi bagaimana ia akan memandang risiko dalam berbelanja *online*. Verhagen dan Meents (2006) mengusulkan bahwa semakin rendahnya risiko terhadap *e-Commerce* mungkin bergantung pada keyakinan konsumen bahwa privasi mereka terjaga. Dalam konteks *e-Commerce*, hubungan positif antara masalah privasi dan risiko ditunjukkan (Malhotra, 2004). Pengguna internet dengan tingkat masalah privasi yang tinggi cenderung memiliki persepsi risiko yang tinggi juga.

**H5:** *Privacy Concern* berpengaruh positif terhadap *Risk Perception*.

Meskipun sikap positif dapat mempengaruhi konsumen untuk ikut serta dalam *e-Commerce*, tingkat persepsi risiko berperan sebagai penghalang yang kuat. Persepsi risiko yang terkait dengan berbelanja *online* dapat mengurangi persepsi konsumen terhadap kendali dan dengan demikian, juga dapat mempengaruhi keinginan untuk berbelanja *online* secara negatif (Jarvenpaa et al, 2000). Persepsi risiko dinyatakan signifikan terhadap keinginan konsumen untuk membeli buku dari situs *web* (Jarvenpaa, 2000). Menurut Chiu et al, (2014) menemukan bahwa persepsi risiko memengaruhi niat pembelian ulang bagi pembeli secara *online*.

**H6:** Persepsi konsumen terhadap *Risk Perception* berpengaruh negatif terhadap *Intention to using e-Commerce* Tokopedia.

5. *Subjective Norm*

Dalam model TPB, Norma Subjektif seseorang terhadap suatu perilaku didefinisikan sebagai penilaian seseorang terhadap, apakah seseorang merasa penting dalam perilaku tersebut harus dilakukan atau tidak (Ajzen, 1991). Pengukuran norma subjek berdasarkan keyakinan yang terdiri dari keyakinan normatif dan motivasi. Model TPB menunjukkan hubungan yang



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasti antara norma subjektif dan niat berperilaku. Hal ini telah dibuktikan dalam penelitian empiris tentang niat untuk menggunakan *e-Commerce* saat belanja *online* (Vijayasarathy, 2004).

**H7:** *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Intention to using e-Commerce* Tokopedia.

6. *Perceived Behavioral Control*

Menurut Ajzen (1991), *Perceived Behavioral Control* (PBC) yang dipersepsikan berkaitan dengan seberapa mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku tertentu. PBC menunjukkan tingkat kontrol subjektif atas kinerja suatu perilaku, hal yang dipersepsikan bahwa suatu perilaku akan menghasilkan hasil tertentu (Ajzen, 2002). Dalam penelitian ini, kontrol perilaku yang dipersepsikan didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan yang dipersepsikan konsumen dalam membeli barang dari *e-Commerce* Tokopedia. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (PBC) ditemukan memiliki hubungan positif antara niat dan perilaku aktual (Pavlou dan Fygenson, 2006).

**H8:** *Perceived Behavioral Control* yang dirasakan berpengaruh positif terhadap *Intention to using e-Commerce* Tokopedia.

7. *Security Concern*

Miyazaki dan Fernandez (2001) menemukan bahwa kekhawatiran keamanan pengguna sistem terkait dengan tingkat pembelian produk secara *online*. Namun, tidak ditemukan korelasi negatif antara pernyataan privasi dan keamanan dengan risiko yang dirasakan (Miyazaki, 2000). Dalam studi yang sama, pernyataan privasi dan keamanan berhubungan positif dengan pembelian produk secara *online*. Menguji peran persepsi risiko dalam hubungan antara kekhawatiran privasi dan keamanan dengan niat pembelian. Menurut Miyazaki dan Fernandez (2001), menemukan beberapa dukungan untuk peran mediasinya. Bukti ini diunduh oleh Perpustakaan Universitas Cornell pada 06:47 08 September 2016 (PT) bertentangan dengan hasil studi lain oleh Harris Interactive (2001). Ditemukan bahwa hanya 25% konsumen yang tampaknya mengenali fitur segel privasi dan keamanan di situs *web*. Bansal (2014) melaporkan dalam kajian ilmiah tentang pelanggan hemat ketika kekhawatiran keamanan tinggi, pelanggan lebih suka bertransaksi *online* ke situs *web* yang dapat dipercaya, sehingga menunjukkan persepsi risiko yang lebih tinggi. Mengingat beragamnya bukti yang telah dirasakan dari penelitian sebelumnya tentang keamanan, hipotesis berikutnya yang akan diuji.

**H9:** *Security Concern* berpengaruh positif terhadap *Risk Perception*.



### 3.1.4 Menentukan Responden

Peneliti menargetkan mahasiswa sebagai responden karena sesuai dengan topik diatas dan dilihat dari fenomena yang terjadi. Sebelum menyebarkan kuesioner, peneliti mencari referensi terlebih dahulu mengenai pertanyaan apa yang akan diajukan kepada responden dengan menyesuaikan variabel-variabel yang berhubungan. Bentuk kuesioner yang disebarkan itu dengan menyebarkan kuesioner tersebut secara *online* dan *offline* yang tentunya menggunakan *link google form*.

## 3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahapan ini peneliti mengumpulkan data dengan cara menggunakan kuesioner yang akan disebarkan ke mahasiswa yang saat ini aktif menggunakan *e-Commerce* untuk berbelanja *online* yang dapat dilihat dokumentasinya pada Lampiran B. Penelitian ini mengadopsi metode kuesioner survei kuantitatif. Tujuan dilakukannya penyebaran kuesioner ini ialah, tentunya untuk mendapatkan sebuah data bagaimana sikap responden terhadap kesadaran keamanan privasi data dalam berbelanja *online* menggunakan aplikasi *e-Commerce* Tokopedia. Adapun tahapan sumber data yang digunakan dan diolah ialah:

### 3.2.1 Membuat Kuesioner

Pembuatan kuesioner ini dalam bentuk *google form* dapat dilihat pada Lampiran A yang berisikan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan variabel dari masing-masing metode yang digunakan dalam penelitian ini agar proses pengumpulan data menjadi lebih mudah dan cepat. Kuesioner ini di buat atau dirancang untuk mengetahui sikap perilaku pengguna *e-Commerce* Tokopedia berdasarkan variabel dari teori TPB. Setelah keusioner disebarkan lakukan uji validitas data dan reliabilitas data yang digunakan untuk memverifikasi bahwa kuesioner yang disebarkan telah memenuhi persyaratan (instrumen) yang diperlukan. Untuk memastikan setiap pernyataan penelitian yang disajikan untuk menilai variabel penelitian dilakukan pengujian validitas.

Pada Penelitian ini memiliki karakteristik responden yang akan digunakan dan dibagikan kepada mahasiswa aktif UIN Suska Riau dan UR dalam pengalamannya menggunakan *e-Commerce* Tokopedia yang terdiri dari: *email*, nama, jenis kelamin, universitas, fakultas, jurusan, usia, dan lain sebagainya. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Pada penelitian ini juga menggunakan Skala *Likert*. Pada penelitian ini menggunakan Skala *Likert* 5 poin (1 Sangat Tidak Setuju, 2 Tidak Setuju, 3 Netral, 4 Setuju dan 5 Sangat Setuju). Responden penelitian ini diminta untuk menyampaikan pilihan jawaban, atau respon pada skala pengukuran, seperti yang terlihat



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.1.** Karakteristik Responden

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2.	Universitas	1. UIN Suska Riau 2. UR
3.	Usia	18-20 Tahun 20-23 Tahun 23-25 Tahun
4.	Pengalaman menggunakan layanan <i>e-Commerce</i> ?	<1 Tahun 1-2 Tahun >3 Tahun
5.	Penggunaan layanan Tokopedia dalam 1 bulan?	1-2 Tahun 2-5 Tahun >5 Tahun
6.	Pernah mengalami serangan digital saat menggunakan layanan <i>e-Commerce</i>	Pernah  Tidak Pernah

**Tabel 3.2.** Identitas Kesetujuan Pertanyaan Kuesioner

Dimensi Pengukuran	Bobot	Pengertian
Tingkat Kesetujuan	1	Sangat Tidak Setuju
	2	Tidak Setuju
	3	Netral
	4	Setuju
	5	Sangat Setuju

Pertanyaan yang digunakan merupakan adopsi dari penelitian terdahulu. Adapun variabel pertanyaan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.3.

**Tabel 3.3.** Indikator dan Variabel

No	Variabel	Kode	Item Pertanyaan
1	<i>Privasi Concerns</i> (Malhotra, 2004)	PC1	Saya merasa memiliki hak untuk menggunakan dan membatasi informasi pribadi saya saat berbelanja <i>online</i> di Tokopedia.
		PC2	Saya merasa penting untuk memahami bagaimana cara melindungi data pribadi saya saat berbelanja <i>online</i> di Tokopedia.
		PC3	Menurut saya, penting bagi Tokopedia untuk memiliki kebijakan yang jelas tentang privasi konsumen saat berbelanja <i>online</i> .

**Tabel 3.3.** Indikator dan Variabel (Tabel Lanjutan...)

No	Variabel	Kode	Item Pertanyaan
2	<i>Trust</i> (Bhattacharjee, 2002)	<i>Belief</i> TB1	Saya merasa Tokopedia memiliki akses yang cukup, terhadap data yang diperlukan untuk mengelola transaksi saya dengan baik.  Saya menggunakan Tokopedia untuk membeli berbagai produk yang saya butuhkan.  Tokopedia memperhatikan kebutuhan saya saat saya berbelanja <i>online</i> .
3	<i>Risk Perception</i> (Malhotra, 2004)	RP1  RP2  RP3	Saya percaya ketika memberikan informasi pribadi kepada Tokopedia memiliki risiko yang cukup besar.  Memberikan informasi pribadi kepada Tokopedia bisa menimbulkan masalah yang tidak terduga.  Saya merasa memberikan informasi pribadi kepada Tokopedia adalah hal yang sangat berisiko.
4	<i>Security Concerns</i> (Salisbury, Pearson, Pearson, dan Miller, 2001)	SC1  SC2  SC3  SC4	Saya merasa tidak aman ketika memberikan informasi pribadi saya saat berbelanja <i>online</i> di Tokopedia.  Saya merasa khawatir saat informasi pribadi yang saya berikan di Tokopedia akan dilihat oleh orang yang tidak berhak.  Menurut saya informasi pribadi tidak aman saat dikirim melalui <i>e-Commerce</i> seperti Tokopedia.  Saya merasa ragu untuk membeli barang di Tokopedia karena khawatir tentang keamanan data pribadi saya.
5	<i>Attitude</i> (Pavlou dan Fygen-son, 2006)	AT1  AT2  AT3	Menurut saya berbelanja <i>online</i> melalui Tokopedia adalah ide yang bagus.  Saya merasa transaksi <i>online</i> di Tokopedia adalah sesuatu yang saya inginkan.  Saya merasa transaksi <i>online</i> di Tokopedia adalah sesuatu yang tidak saya inginkan.
6	<i>Subjective Norm</i> (Pavlou dan Fygen-son, 2006)	SN1	Saya setuju bahwa kebanyakan orang yang suka berbelanja <i>online</i> akan membeli semua kebutuhan mereka melalui <i>e-Commerce</i> seperti Tokopedia.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.3.** Indikator dan Variabel (Tabel Lanjutan...)

No	Variabel	Kode	Item Pertanyaan
		SN2	Saya setuju bahwa orang yang suka bertransaksi <i>online</i> percaya bahwa membeli produk di Tokopedia tidak menimbulkan masalah.
7	<i>Percived Behavioral Control</i> (Sheppard, 1988)	PBC1	Saya tau bagaimana cara melindungi data pribadi saat berbelanja di Tokopedia.
		PBC2	Saya merasa yakin bisa bertindak cepat jika data saya di tokopedia terancam keamanannya.
8	<i>Intention</i> (Pavlou dan Fygenson, 2006)	IN1	Saya lebih sering berbelanja <i>online</i> dibandingkan berbelanja secara langsung.
		IN2	Saya selalu berhati-hati dan mempertimbangkan risiko yang akan terjadi sebelum melakukan transaksi di Tokopedia.

### 3.2.2 Menyebarkan Kuesioner

Penyebaran kuesioner ini kepada pengguna aktif *e-Commerce* Tokopedia di wilayah Kota Pekanbaru khususnya mahasiswa UIN Suska Riau dan UR namun kualifikasi data yang digunakan hanya mengambil 8 responden dari setiap Fakultas yang dipilih. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, merupakan jenis *non-probability sampling* yang digunakan (Sugiyono, 2016). Berikut kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska) dan UR.
2. Berusia 18-25 tahun.
3. Pernah menggunakan aplikasi Tokopedia.

Dalam menentukan ukuran sampel, dikarenakan ada keterbatasan peneliti yang tidak memiliki data terkait maka untuk mendapatkan jumlah total mahasiswa yang menggunakan aplikasi *e-Commerce* Tokopedia di UIN Suska Riau dan UR, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel jika jumlah populasi tidak diketahui. Berikut Persamaan 3.1 adalah rumus Lemeshow yang digunakan:

$$n = \frac{Z^2 \times (1 - P)}{d^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel.

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = fokus kasus atau maksimal estimasi = 0,5

d = sampling eror = 10%

Berdasarkan Persamaan 3.1 diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \times (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Maka nilai sampel yang didapat sebesar 96,04.

### 3.3 Tahap Analisa dan Pengolahan Data

Pada tahap Analisa peneliti akan melakukan Analisa terhadap perilaku pengguna *e-Commerce* Tokopedia. Adapun bagian Analisa dan pengolahan data dilakukan sebagai berikut:

#### 3.3.1 Melakukan Pengolahan dan Analisa Data Menggunakan PLS-SEM

Peneliti mengolah data hasil penyebaran kuesioner yang sudah di dapat sesuai dengan pengelompokkan pertanyaan-pertanyaan kuesioner, hasil penyebaran kuesioner sebanyak 96 responden. Setelah itu pengolahan kuesioner memanfaatkan *Structural Equation Model* (SEM) dan di inputkan ke dalam sebuah *tools* yaitu *SmartPLS* tipe 4.0.

#### 3.3.2 Evaluasi *Outer Model*

Evaluasi model bagian luar disebut dengan *outer model*. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Evaluasi outer model data *Composite Reliability* (CR) dan *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk menjalankan sebuah model. Keandalan konsistensi internal dalam CR harus lebih



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari 0,70, menurut Nugroho (2021) dalam penelitian eksplorasi, 0,60 hingga 0,70 dianggap tepat dan dapat diterima.

*Average Variance Extracted* atau AVE menggambarkan rata-rata varian atau nilai diskriminan yang diekstraksi pada tiap indikator sehingga kemampuan masing-masing item dalam membagi pengukuran dengan lain dapat diketahui nilainya. Nilai AVE harus lebih tinggi dari 0,50. Jika nilai AVE dibawah 0,50. Maka akan menunjukkan bahwa indikator memiliki rata-rata eror yang lebih tinggi (Herniyanti, Widagdo, dan Kamila, 2023).

### 3.3.3 Evaluasi Inner Model

Evaluasi model bagian dalam merupakan *inner model* yang digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel. Analisis *R-Square*, *Q-Square*, dan *F-Square* merupakan tiga jenis pengujian model struktural (*Inner Model*) yang digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian berdasarkan data kuantitatif yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian. Uji hipotesis yang dilakukan yaitu uji hipotesis variabel independen ke variabel dependen menggunakan hasil perhitungan dari *path coefficients* pada *bootstrapping variable* yang tersedia (Arde, Marzal, dan Saputra, 2021). Menurut Arde (2021) Evaluasi *inner model* dilakukan untuk menunjukkan seberapa kuat hubungan variabel antara satu sama lain. Analisis *inner model* memerlukan analisis hipotesis penelitian serta pola interaksi antar variabel. Apabila hasil uji koefisien (*path coefficient*) dan uji t (*t-test*) menunjukkan hubungan variabel berkorelasi positif dan mempunyai pengaruh yang signifikan, maka hipotesis penelitian dapat diterima.

### 3.3.4 Pengujian Hipotesis

Pada pengujian hipotesis dilakukan menggunakan instrument kajian SEM yaitu dengan beberapa cara statistik yang mengizinkan percobaan terhadap hubungan antara kumpulan variabel dalam pengujian hipotesis penelitian ini (Imam, 2014). Penelitian ini dianalisis dengan dua cara, khususnya yaitu: *Corfirmatory Factor Analysis*, didalam SEM digunakan untuk menunjukkan faktor-faktor yang mempunyai dampak signifikan terhadap suatu kategori variabel. *Regression Weight*, didalam SEM ditemukan hasil antar variabel menggunakan bobot regresi. Jika dibandingkan dengan pendekatan *multivariate*, kemampuan SEM dalam memadukan bentuk evaluasi dan bentuk struktur secara bersamaan bisa menjadi alasan digunakannya dalam penelitian ini dengan menggunakan fitur SEM-PLS.



### 3.4 Hasil dan Pembuatan Laporan

Setelah mendapatkan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan *tools* SmartPLS maka peneliti dapat menganalisis hasil data tersebut. Tujuan peneliti menganalisis hasil data yang sudah didapat ialah untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini. Menjelaskan hubungan di setiap variabel-variabel sehingga bisa mendapatkan hasil yang signifikan atau bisa jadi hasil yang tidak signifikan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

1. Kesadaran keamanan dan privasi konsumen terhadap kebocoran data *e-Commerce* dengan minat mahasiswa untuk menggunakan *e-Commerce* Tokopedia masih tergolong rendah. Dari nilai determinan pada penjelasan sebelumnya yaitu range nilai rendah pada angka  $<50\%$  dan  $>25\%$ , maka *control* perilaku yang dirasakan oleh pengguna terhadap persepsi risiko menggunakan *e-Commerce* Tokopedia dapat diketahui dengan memperoleh nilai  $42,5\%$  dan dikatakan lemah terhadap kesadaran pengguna terkait keamanan data saat menggunakannya ketika berbelanja *online*.
2. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi terhadap kesadaran keamanan data pada *e-Commerce* Tokopedia diantaranya ialah:
  - (a) Hasil uji hipotesis yang memperoleh nilai *p-values*  $<0,05$  dan nilai *t-statistik*  $>1,96$  dikatakan berpengaruh positif secara signifikan atau diterima terhadap variabel terkait yaitu *Trust Belief-Attitude*, *Risk Perception-Attitude*, *Privacy Concern-Intention to Using e-Commerce*, *Risk Perception-Intention to Using e-Commerce Tokopedia*, dan *Security Concern-Risk Perception*.
  - (b) Hasil uji hipotesis yang berpengaruh negatif memperoleh nilai *p-values*  $<0,05$  dan nilai *t-statistik*  $<1,96$  dikatakan berpengaruh negatif secara tidak signifikan atau ditolak terhadap variabel terkait yaitu: *Attitude-Intention to Using e-Commerce Tokopedia*, *Trust-Risk Perception*, *Subjective Norm-Intention to Using e-Commerce Tokopedia*, *Perceived Behavioral Control-Risk Perception*.

#### 5.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran berdasarkan hasil penelitian yaitu:

1. Untuk meningkatkan Kesadaran Keamanan dan Privasi Konsumen, sebaiknya pihak perusahaan atau PT. Tokopedia harus dapat meningkatkan penggunaan dan keamanan data dengan meningkatkan fitur keamanan dan privasi teknologi *e-Commerce* Tokopedia.
2. Untuk meningkatkan prediksi TPB dan memberikan temuan yang lebih relevan, peneliti bisa memberikan edukasi mengenai kesadaran akan keamanan data terhadap perilaku pengguna dan peneliti juga bisa menggunakan teknik

tambahan atau teori lain yang berkaitan dengan kesadaran keamanan terhadap niat penggunaan layanan *e-Commerce* dengan memodifikasi faktor-faktor terkait.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, M., Lutfi, M., dan Fronita, M. (2023). Analisis kualitas layanan e-commerce menggunakan metode e-servqual dan zone of tolerance. *Jurnal Publikasi Ilmu Komputer dan Multimedia*, 2(1), 1–8.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665–683.
- Al Affan, M. A., Fronita, M., Saputra, E., Hamzah, M. L., dkk. (2025). Measuring the level of cybersecurity awareness of social media users among students. *INOVTEK Polbeng-Seri Informatika*, 10(1), 134–145.
- Alyahya, A., dan Weir, G. R. (2021). Understanding responses to phishing in saudi arabia via the theory of planned behaviour. Dalam *2021 national computing colleges conference (nccc)* (hal. 1–6).
- Alzubaidi, A. (2021). Measuring the level of cyber-security awareness for cyber-crime in saudi arabia. *Heliyon*, 7(1).
- Ani, J., Lumanauw, B., dan Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce tokopedia di kota manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663–674.
- Apau, R., dan Koranteng, F. N. (2019). Impact of cybercrime and trust on the use of e-commerce technologies: An application of the theory of planned behavior. *International Journal of Cyber Criminology*, 13(2).
- Arde, A. P., Marzal, J., dan Saputra, E. (2021). Evaluasi penerimaan penggunaan sistem informasi akademik (siakad) universitas jambi menggunakan unified theory of acceptance and use of technology (utaut). *Jurnal Rekayasa Informatika*, 10(1), 13–22.
- Bhattacharjee, A. (2002). Individual trust in online firms: Scale development and initial test. *Journal of management information systems*, 19(1), 211–241.
- Ciputra, W., dan Prasetya, W. (2020). Analisis pengaruh e-service quality, perceived value terhadap customer satisfaction, trust, dan customer behavioral intention: Survei pada customer toko online www. blibli. com. *COMMEN-TATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109–128.
- Darwin, M., dan Umam, K. (2020). Analisis indirect effect pada structural equation modeling: Studi komparasi penggunaan software amos dan smartpls. *Nucle-*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



us, 1(2), 50–57.

- Fathur, M. (2020). Tanggung jawab tokopedia terhadap kebocoran data pribadi konsumen. Dalam *National conference on law studies (ncols)* (Vol. 2, hal. 43–60).
- Habibi, M. R., dan Liviani, I. (2020). Kejahatan teknologi informasi (cyber crime) dan penanggulangannya dalam sistem hukum indonesia. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 23(2), 400–426.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., dan Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of pls-sem. *European business review*, 31(1), 2–24.
- Herniyanti, H., Widagdo, P. P., dan Kamila, V. Z. (2023). Pengukuran penerimaan website mulawarman online learning system (mols) pada universitas mulawarman menggunakan theory of planned behavior (tpb). *Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(1), 1–10.
- Hidayat, T., Likadja, J. A. C., dan Derozari, P. E. (2023). Perlindungan hukum data pribadi konsumen dalam perdagangan elektronik. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(5), 1087–1103.
- Juliany, I. K., Salamuddin, M., dan Dewi, Y. K. (2018). Perancangan sistem informasi e-marketplace bank sampah berbasis web. *Semnasteknomedia Online*, 6(1), 2–10.
- Mariani, J. F. (2014). *Encyclopedia of american food and drink*. Bloomsbury Publishing USA.
- Mashatan, A., Sangari, M. S., dan Dehghani, M. (2022). How perceptions of information privacy and security impact consumer trust in crypto-payment: an empirical study. *IEEE Access*, 10, 69441–69454.
- Mayer, J. H. S. F. D., Roger C. Davis. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709–734.
- Mustika, L. (2020). Implementasi algoritma aes untuk pengamanan login dan data customer pada e-commerce berbasis web. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 7(1), 148–155.
- Noeraini, I. A., dan Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan hargaterhadap kepuasan pelanggan jne surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Pavlou, P. A., dan Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS quarterly*, 115–143.
- Pradina, T. R. G. S. V., Azziza Ratri. (2022). Signifikansi informasi isu kebocoran data privasi tokopedia terhadap perilaku fandom. *Jurnal Pustaka Komunikasi*,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



5(2), 331–343.

- Purwanto, A., dan Sudargini, Y. (2021). Partial least squares structural equation modeling (pls-sem) analysis for social and management research: a literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Raghavan, K., Desai, M. S., dan Rajkumar, P. (2017). Managing cybersecurity and ecommerce risks in small businesses. *Journal of management science and business intelligence*, 2(1), 9–15.
- Rahmadi, G. (2020). Analisis kesadaran cyber security pada kalangan pelaku e-commerce di indonesia.
- Redda, E. H. (2019). Attitudes towards online shopping: Application of the theory of planned behaviour. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 15(2), 148–159.
- Rumlus, M. H., dan Hartadi, H. (2020). Kebijakan penanggulangan pencurian data pribadi dalam media elektronik. *Jurnal Ham*, 11(2), 285–299.
- Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., dan Miller, D. W. (2001). Perceived security and world wide web purchase intention. *Industrial Management & Data Systems*, 101(4), 165–177.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., dan Warshaw, P. R. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of consumer research*, 325–343.
- Sheth, J. N., dan Venkatesan, M. (1968). Risk-reduction processes in repetitive consumer behavior. *Journal of Marketing research*, 5(3), 307–310.
- Sholihin, M., dan Ratmono, D. (2021). *Analisis sem-pls dengan warppls 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Udin, U. (2023). Linking transformational leadership to organizational learning culture and employee performance: The mediation-moderation model. *International Journal of Professional Business Review*, 8(3), e01229–e01229.
- Utari, S. A., Ardia, V., Jamiati, J., dan Fitria, D. (2023). How an organization should implement risk communication in response to cyber attack in indonesia. *Journal on Education*, 5(4), 14314–14328.
- Verhagen, T., dan Meents, T. Y.-H., Selmar. (2006). Perceived risk and trust associated with purchasing at electronic marketplaces. *European Journal of Information Systems*, 15(6), 542–555.
- Vijayarathy, L. R. (2004). Predicting consumer intentions to use on-line shopping: the case for an augmented technology acceptance model. *Information & management*, 41(6), 747–762.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Vitria, E. (2022). *Pengaruh attitude, subjective norm, perceived behavioral control dan religiosity terhadap repurchase intention halal cosmetics wardah* (Unpublished doctoral dissertation). Universitas Negeri Padang.

Wu, K.-W., Huang, S. Y., Yen, D. C., dan Popova, I. (2012). The effect of online privacy policy on consumer privacy concern and trust. *Computers in human behavior*, 28(3), 889–897.

Yazdanifard, R., Edres, N. A.-H., dan Seyedi, A. P. (2011). Security and privacy issues as a potential risk for further ecommerce development. Dalam *International conference on information communication and management-ipc sit* (Vol. 16, hal. 23–27).

Zakiah, S., Baharta, E., dan Hermana, D. (2023). Analysis of tourist loyalty and satisfaction based on destination image of sustainable tourism in west java. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 7(1), 97–108.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN A

### FORM KUESIONER PENELITIAN

# Kuesioner Penelitian Analisis Kesadaran Keamanan Data Privasi Pada Pengguna E- Commerce Tokope dia

Assalamualaikum wr.wb  
Perkenalkan, saya Bella Oktavianti.  
Mahasiswi Program Studi Sistem  
Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN SUSKA RIAU. Saat ini saya sedang  
melakukan penelitian terhadap  
pengguna *E-Commerce* Tokopedia, yang  
mana dari hasil penelitian ini nantinya  
akan saya gunakan sebagai sampel pada  
penelitian ini.

Setiap informasi yang didapatkan dari  
kuesioner ini nantinya akan dirahasiakan  
dan akan digunakan untuk penelitian  
Tugas Akhir. Untuk itu peneliti  
mengharapkan kesediaan dari Saudara/i  
untuk menjadi responden dengan  
menjawab pertanyaan dengan kondisi  
dan pengalaman anda sebagai



**Gambar A.1.** Kuesioner Penelitian *Online* Berupa *Google Form*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### KUESIONER PENELITIAN

Nama : Bella Oktavianti  
 Judul Penelitian : Analisis Kesadaran Keamanan Dan Privasi Konsumen Terhadap Kebocoran Data Pada *E-Commerce* Menggunakan Metode TPB (*Theory of Planned Behavior*)  
 Program Studi : Sistem Informasi  
 Responden : Mahasiswa UIN Suska Riau dan Universitas Riau (UNRI)

Saudara/saudari responden terhormat,

Bersama ini, kami mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Data ini digunakan untuk kebutuhan peneliti. Alamat E-mail diperlukan sebagai pembeda antar responden agar terhindar dari *double* input dan data ini tidak akan disalahgunakan. Diharapkan kepada responden untuk mengisi data secara jujur dan sesuai dengan pengalaman dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian tugas akhir ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih..

#### I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Email :
3. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
4. Usia :
  - o 18-20
  - o 20-23
  - o 23-25
5. Pengalaman menggunakan layanan *e-commerce*:
  - o <1 Tahun
  - o 1-2 Tahun
  - o >3 Tahun

Gambar A.2. Kuesioner Penelitian *Offline* Berupa *Hardcopy*



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**II. Petunjuk Pengisian**

Berdasarkan dengan apa yang terjadi pada responden, berilah tanda centang (✓) pada bobot nilai jawaban yang sesuai dengan persepsi responden pada setiap pernyataan. Kriteria penelitian:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

**TABEL PERNYATAAN VARIABEL**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	<b>Privacy Concerns</b>					
1	Saya merasa memiliki hak untuk menggunakan dan membatasi informasi pribadi saya saat berbelanja online di Tokopedia.					
2	Saya merasa penting untuk memahami bagaimana cara melindungi data pribadi saya saat berbelanja online di Tokopedia.					
3	Menurut saya, penting bagi Tokopedia untuk memiliki kebijakan yang jelas tentang privasi konsumen saat berbelanja online.					
	<b>Trust Belief</b>	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa Tokopedia memiliki akses yang cukup, terhadap data yang diperlukan untuk mengelola transaksi saya dengan baik.					
2	Saya menggunakan Tokopedia untuk membeli berbagai produk yang saya butuhkan.					
3	Tokopedia memperhatikan kebutuhan saya saat saya berbelanja online.					
	<b>Risk Perception</b>	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya ketika memberikan informasi pribadi kepada tokopedia memiliki risiko yang cukup besar.					
2	Memberikan informasi pribadi kepada Tokopedia bisa menimbulkan masalah yang tidak terduga.					
3	Saya merasa memberikan informasi pribadi kepada Tokopedia adalah hal yang sangat berisiko.					
	<b>Security Concerns</b>	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa tidak aman ketika memberikan informasi pribadi saya saat berbelanja online di Tokopedia.					



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

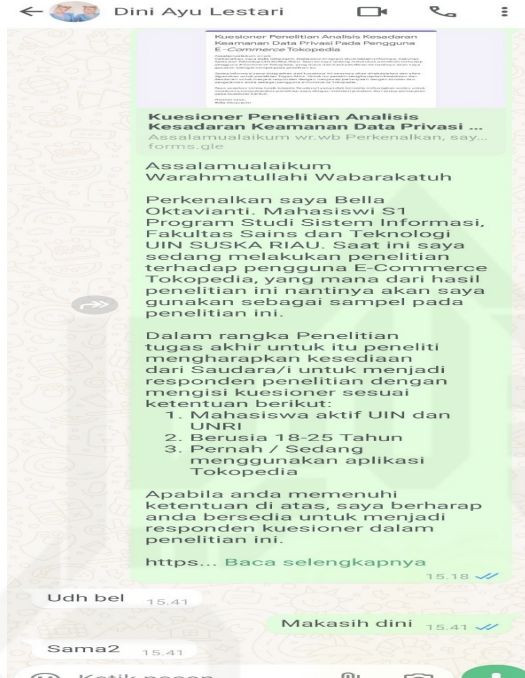
2	Saya merasa khawatir saat informasi pribadi yang saya berikan di Tokopedia akan dilihat oleh orang yang tidak berhak.					
3	Menurut saya informasi pribadi tidak aman saat dikirim melalui e-commerce seperti Tokopedia.					
4	Saya merasa ragu untuk membeli barang di Tokopedia karena khawatir tentang keamanan data pribadi saya.					
	<b>Attitude</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Menurut saya berbelanja online melalui Tokopedia adalah ide yang bagus.					
2	Saya merasa transaksi online di Tokopedia adalah sesuatu yang saya inginkan					
3	Saya merasa transaksi online di Tokopedia adalah sesuatu yang tidak saya inginkan.					
	<b>Subjective Norm</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Saya setuju bahwa kebanyakan orang yang suka berbelanja online akan membeli semua kebutuhan mereka melalui e-commer seperti Tokopedia.					
2	Saya setuju bahwa orang yang suka bertransaksi online percaya bahwa membeli produk di Tokopedia tidak menimbulkan masalah.					
	<b>Perceived Behavioral Control</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Saya tau bagaimana cara melindungi data pribadi saat berbelanja di Tokopedia.					
2	Saya merasa yakin bisa bertindak cepat jika data saya di tokopedia terancam keamanannya.					
	<b>Intention</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Saya lebih sering berbelanja online dibandingkan berbelanja secara langsung.					
2	Saya selalu berhati-hati dan mempertimbangkan risiko yang akan terjadi sebelum melakukan transaksi di Tokopedia.					



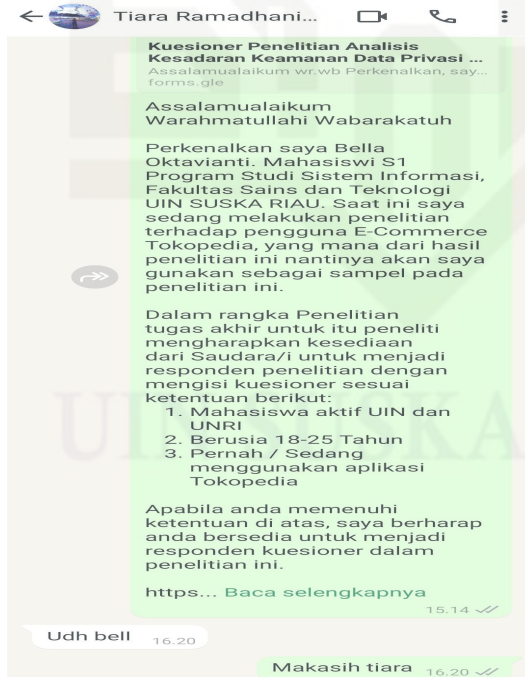
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN B DOKUMENTASI



Gambar B.1. Penyebaran Kuesioner Online Melalui Whatsapp



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar B.2.** Penyebaran Kuesioner *Offline* di UR dan UIN Suska Riau





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Bella Oktavianti, lahir di Air Panas, Kabupaten Rokan Hulu pada tanggal 19 Oktober 2001. Peneliti merupakan anak kedua dari 3 bersaudara. Pengalaman Pendidikan dimulai dengan menyelesaikan Taman Kanak-Kanak di TK Sakinah Desa Air Panas. Sekolah Dasar di SDN 003 Pendalian IV Koto pada tahun 2007-2013. Sekolah Menengah Pertama di MTS As-Syafi'iyah di Desa Air Panas pada tahun 2013-2016. Sekolah Menengah Kejuruan jurusan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) di SMKN 1 Pendalian IV Koto pada tahun 2016- 2019. Pendidikan Sarjana di Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2020-2024. Selama masa studi telah melaksanakan Kerja Praktek di SMA Muhammadiyah Bangkinang. Disamping itu, mengikuti Pengabdian Kuliah Kerja Nyata di desa Sei Kandis Kabupaten Rokan-Hulu, Kecamatan Pendalian IV Koto. Berkat dukungan dan do'a dari kedua orangtua sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi yang berjudul Analisis Kesadaran Keamanan dan Privasi *Gen-Z* Dalam Bertransaksi Pada *e-Commerce*. Semoga Laporan Tugas Akhir ini bisa memberikan pengetahuan yang positif pada dunia pendidikan dan perkembangan teknologi yang baru.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.