

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGGUNA GOOGLE DENGAN MENGGUNAKAN *STRUCTURAL EQUATION MODELING* (SEM)

Ari Kusyanti¹, Harin Puspa A.C², Rakhmadhany Primanand³

Teknik Informatika, Universitas Brawijaya^{1,3}

Sistem Informasi, Universitas Brawijaya²

{ari.kusyanti, rakhmadhany}@ub.ac.id

13515040111139@mail.ub.ac.id

ABSTRACT

Google is a multinational technology company focusing on Internet-related products and services, such as email and social media. To be able to be enjoy a range of services from Google, a user is required to have a Google account. In the process of registration of a new Google account, a user will always be asked some data related to the user's identity. As a big company that highly values the privacy of users, Google includes a privacy policy that contains about how Google uses data that has been shared by its user and the reason why Google needs to ask some users' private data. The object of this study is to analyze the behavior of users regarding Google. Data are taken from 275 respondents by using online and papaer-based questionnaire. SEM is used as data analysis method with 11 construct variables. The result of this study confirms that trust is one of the factors that affect user behaviour intention to use Google, apart from perceived usefulness and perceived ease of use.

Keywords : *Google, SEM, privacy concern, user behaviour*

ABSTRAK

Google merupakan salah satu perusahaan yang berkecimpung di penyedia layanan dunia maya. Sebagai syarat untuk dapat menikmati berbagai layanan dari Google, maka pengguna pun diwajibkan untuk memiliki akun Google. Dalam proses pendaftaran akun Google yang baru pun akan selalu diminta beberapa data terkait identitas pengguna. Dan sebagai sebuah perusahaan besar yang sangat menghargai privasi dari pengguna layanannya, maka pihak Google pun selalu mencantumkan kebijakan privasi yang berisikan tentang bagaimana cara Google mempergunakan data-data yang telah dibagikan oleh masing-masing pengguna dan alasan mengapa Google perlu untuk meminta beberapa data pribadi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pengguna dengan studi kasus Google, dengan menggunakan sebelas variabel konstruk. Data dikumpulkan dari pengguna layanan Google sebanyak 275 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *structural equation modelling* (SEM). Dari hasil penelitian, faktor yang mempengaruhi behavioral intention adalah *perceived usefulness, perceived ease of use, dan trust*.

Kata Kunci: *Google, SEM, privacy concern, user behaviour*

PENDAHULUAN

Google merupakan salah satu perusahaan yang berkecimpung di penyedia layanan dunia maya yang juga saat ini sedang menikmati singgasana penguasa dunia maya. Layanan yang ditawarkan oleh Google dianggap sangat membantu dalam hal berselancar di dunia maya. Ada sebuah fakta menarik bahwa salah satu layanan Google, yaitu Google Search mendatangkan lebih dari lebih dari 40.000 permintaan pencarian rata-rata setiap detiknya yang diterjemahkan ke lebih dari 3,5 miliar pencarian per hari dan 1,2 triliun pencarian per tahun di seluruh dunia (Sullivan, 2012). Untuk pemilik akun sekaligus pengguna aktif Google mail (Gmail) sendiri memiliki lebih dari 425 juta pengguna (Ludwig, 2012).

Sebagai syarat untuk dapat menikmati berbagai layanan dari Google, maka pengguna pun diwajibkan untuk memiliki akun Google. Dalam proses pendaftaran akun Google yang baru pun akan selalu diminta beberapa data terkait identitas user. Dan sebagai sebuah perusahaan besar yang sangat menghargai privasi dari pengguna layanannya, maka pihak Google pun selalu mencantumkan kebijakan privasi. Kebijakan privasi pada Google sendiri bertujuan untuk membantu pengguna memahami data yang dikumpulkan oleh Google, alasan mengapa Google mengumpulkan data tersebut dan apa yang akan dilakukan oleh Google terhadap data tersebut (Google – Kebijakan Privasi, 2016).

Google telah menjadi sorotan akibat dari salah satu layanannya yaitu program Google *street view*. Kasus ini bermula dimana Google mengerahkan kendaraan khusus untuk memotret perumahan dan kantor di berbagai tempat di dunia. Namun, perusahaan ini juga diam-diam mengumpulkan informasi pribadi seperti e-mail, catatan medis, keuangan, juga password, melalui program ini dengan cara menyadap jutaan data terenkripsi dari jaringan nirkabel (Coakley, 2013). Di Indonesia tepatnya di Jakarta sendiri baru-baru ini terdapat sebuah kasus yang dilakukan oleh mobil Google *street view*. Beberapa perumahan telah direkam oleh kamera Google *street view*, yang menimbulkan masalah karena nomor-nomor rumah, nomor-nomor kendaraan tidak disensor seperti yang dilakukan Google *street view* di negara lain (Priyo, 2015).

Model penelitian ini mengadaptasi dari beberapa penelitian sebelumnya, antara lain penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh (Tamara Dinev et al, 2008) yang berjudul “*Examining the Formation of Individual’s Privacy Concerns: Toward an Integrative View*” meneliti tentang *privacy awareness, privacy control, privacy social norm, privacy risk, disposition to value privacy, perception of intrusion* yang berpengaruh terhadap *privacy concerns* dengan menggunakan kerangka kerja dari *Information Boundary Theory* (IBT). Dilengkapi oleh penelitian (Xin Tan et al, 2011) yaitu *perceived usefulness* untuk mengukur persepsi pengguna terhadap manfaat dari adanya kebijakan privasi tersebut, *perceived ease of use* untuk mengukur persepsi kemudahan terhadap penggunaan kebijakan privasi dan *behavioral intention* untuk mengukur kecenderungan perilaku pengguna Google. Selain itu, variabel *trust* diadaptasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Kuang-Ming, 2014) yang digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan pengguna terhadap sebuah kebijakan privasi. Variabel lain yang diadaptasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Dong-Hee Shin et al, 2010) yaitu *security* yang akan digunakan untuk mengukur tingkat keamanan informasi yang diberikan kepada Google. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

menguji apakah faktor *privacy concern*, *trust*, *security*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dapat mempengaruhi pengguna Google selain faktor

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif konfirmatori yang merupakan penelitian untuk menguji model dan hipotesis penelitian yang dilakukan oleh (Tamara Dinev, 2008; Kuang-Ming, 2014 dan Dong-Hee Shin, 2010). Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM digunakan untuk menganalisa variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yang saling berhubungan membentuk sebuah model. Analisa SEM dilakukan dalam 2 tahap, yaitu uji model struktural dan uji model pengukuran. Model struktural menggambarkan hubungan antara variabel-variabel laten, yang umumnya linier. Model pengukuran digunakan untuk mengukur hubungan antara indikator dan variabel.

Model pada Gambar 1 merupakan model yang akan digunakan dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antar variabel laten. Variabel yang diteliti pada penelitian ini ada 11 variabel laten dan ada 31 variabel manifest atau indikator.

Privacy Risk (RISK)

Secara umum, resiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihasilkan dari potensi hasil yang negatif. Resiko privasi juga dapat mencakup penyalahgunaan informasi pribadi, seperti pengungkapan orang dalam atau akses tidak sah dan pencurian (Dinev, 2008).

Privacy Control (PCON)

Elemen dari kontrol tertanam di sebagian argumen privasi konseptual dan telah didefinisikan dan telah digunakan untuk mengoperasionalkan privasi dalam berbagai instrumen pengukuran (Dinev, 2008).

Perception of Intrusion (INTRU)

Menurut Solove (2006), sebuah intrusion atau gangguan dapat menimbulkan ketidaknyamanan, bahaya dan membutuhkan perlindungan bahkan jika informasi tersebut hampir tidak disebarluaskan. Dengan demikian, sebuah gangguan selalu diidentifikasi sebagai suatu peristiwa berbahaya bagi individu dan dengan ini dapat memberikan konotasi negatif.

Privacy Concerns (PCON)

Beberapa perintis tentang studi privasi telah berusaha untuk mengkonsepkan dan mengoperasionalkan masalah privasi lebih detail: *The Concern for Information Privacy* (CFIP) yang menjadi salah satu instrumen yang paling diandalkan untuk mengukur kekhawatiran individu terhadap praktik privasi organisasi.

Perceived Usefulness (PU)

Disebutkan pada Davis et al. (1989) persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi.

Perceived Ease Of Use (PEU)

Dalam Davis (1989), perceived ease of use sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Behavioral Intention (BI)

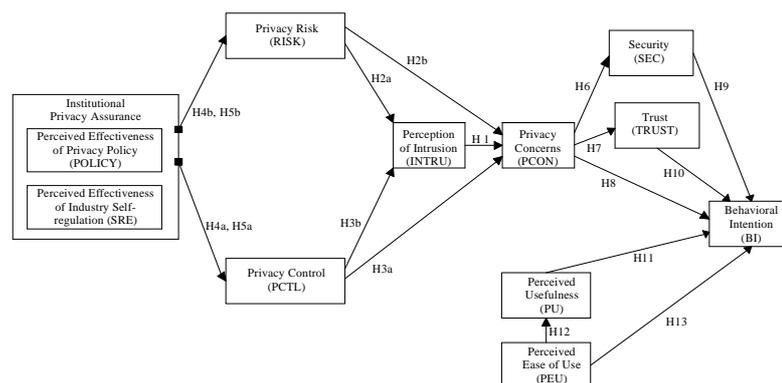
Minat perilaku penggunaan (BI) ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu pemahaman kemudahan penggunaan (PEOU) dan pemahaman kemanfaatan (PU).

Trust (TRUST)

Menurut Dwyer et al. (2007) kepercayaan mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan pihak untuk menjadi rentan terhadap indakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa yang lain akan melakukan tindakan penting tertentu untuk pihak yang memberikan kepercayaan, terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengontrol pihak lain.

Security (SEC)

Shin et al. (2010) mendefinisikan bahwa keamanan mengacu kepada persepsi pengguna pada keamanan itu sendiri, yang keamanan yang dirasakan, juga dapat didefinisikan sebagai sejauh mana kepercayaan pengguna bahwa menggunakan sebuah aplikasi atau website akan bebas resiko.



Gambar 1 Model Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik SEM digunakan untuk menganalisa data yang dikumpulkan melalui kuisisioner. Ada beberapa tahapan yang dilakukan untuk dapat menjawab hipotesis seperti yang telah digambarkan pada metodologi.

1. Uji *missing data* dan *outlier*

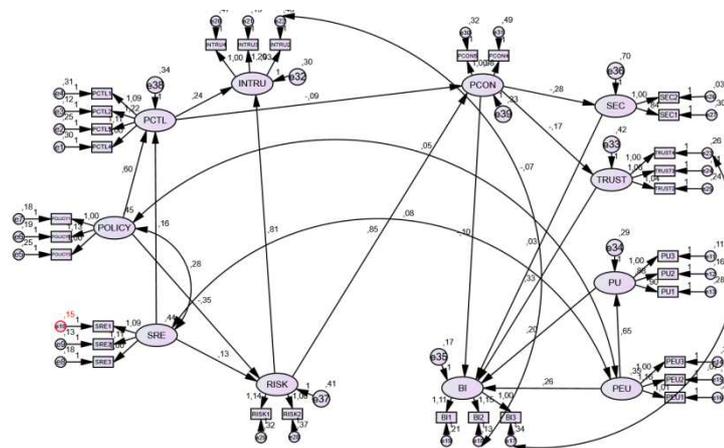
Uji *missing data* pada penelitian ini tidak ditemukan adanya *missing data*. Sedangkan uji *outlier* digunakan untuk mencari pencilan suatu data, dengan cara mencari nilai *mahalanobis distance*. Nilai *mahalanobis distance* dihitung dengan taraf kesalahan menghasilkan 73,683. Data yang memiliki nilai *mahalanobis distance* lebih dari 73,683. disebut data *outlier* dan harus dihilangkan. Dari 300 data kuisisioner ada 25 data *outlier*, sehingga data yang dapat dilakukan analisis selanjutnya adalah 275.

Tabel 1. Nilai cronbach alpha

Faktor	Cronbach Alpha	Faktor	Cronbach Alpha
Nilai Batas	>0,6	Nilai Batas	>0,6
SEC	0,718	PCTL	0,933
PU	0,897	INTRU	0,833
PEU	0,774	TRUSP	0,806
BI	0,906	PCON	0,735
RISK	0,761		

Tabel 2. Nilai Goodness of Fit Indices (GOFI)

Indeks	Batas	Nilai	Keterangan
Chi-square	>0,05	503,572	Baik
CMIN/DF	1,00 < CMIN/DF < 3,00	1,336	Baik
GFI	>0,9	0,903	Baik
NFI	>0,9	0,919	Baik
CFI	>0,9	0,978	Baik



Gambar 2 Structural model fit menggunakan Path Analysis.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan parameter nilai *cronbach alpha* dengan nilai batas lebih dari 0,6. Nilai *cronbach alpha* untuk setiap variabel laten pada penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

3. Kecocokan Seluruh Model (Overall Model Fit)

Untuk menguji kesesuaian data dengan model, dilakukan uji *overall model fit*. Hasil dari uji *overall model fit* dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan hasil analisis tabel, model penelitian sudah memenuhi semua batas yang ditentukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian tersebut *fit*, dan siap digunakan untuk pengujian model struktural.

4. Kecocokan Model Struktural (Structural model fit)

Metode *Path Analysis* digunakan untuk melakukan uji selanjutnya yaitu uji *structural model fit*. Uji kecocokan model ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten pada model. Hasil dari *structural model fit* ini dapat dilihat pada Gambar 2.

Tabel 3. Hasil uji *structural model* dan hipotesis model SEM

Hipotesa	Estimate	CR	P	Hasil
PCTL \leftarrow POLICY	,597	,820	***	Diterima
PCTL \leftarrow SRE	,161	2,006	,045	Diterima
RISK \leftarrow POLICY	-,352	-3,720	***	Diterima
RISK \leftarrow SRE	,131	1,445	,148	Ditolak
PCON \leftarrow RISK	,846	8,863	***	Diterima
PCON \leftarrow PCTL	-,085	-1,347	,178	Ditolak
PU \leftarrow PEU	,655	80729	***	Diterima
SEC \leftarrow PCON	-,284	-4,059	***	Diterima
TRUST \leftarrow PCON	-,168	-3,000	,003	Diterima
INTRU \leftarrow PCTL	,242	4,208	***	Diterima
INTRU \leftarrow RISK	,815	8,745	***	Diterima
BI \leftarrow PCON	-,102	-2,421	,015	Ditolak
BI \leftarrow PU	,201	3,269	,001	Diterima
BI \leftarrow PEU	,262	3,715	***	Diterima
BI \leftarrow TRUST	,329	6,336	***	Diterima
BI \leftarrow SEC	,304	,966	,334	Ditolak

Indikator dari uji structural model fit ini adalah nilai *estimate*, *critical ratio* dan *p-value*, yang selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 tersebut hubungan antar variabel yang memiliki nilai *p-value* kurang dari 0,05(*) dinyatakan memiliki hubungan yang kuat dan hipotesis dapat diterima.

Pembahasan Hipotesis

1. Pembahasan Hipotesis 1

Dari hasil pengujian hipotesis 1, dapat diambil kesimpulan bahwa responden menganggap dengan memberikan informasi pribadi pada produk Google dapat memunculkan gangguan yang nantinya dapat menimbulkan kekhawatiran terhadap privasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini sebuah gangguan (INTRU) memiliki pengaruh signifikan terhadap timbulnya perhatian terhadap masalah privasi (PCON). Oleh karena itu, dalam penelitian ini hipotesis 1 diterima.

2. Pembahasan Hipotesis 2a

Dari hasil pengujian hipotesis 2a, dapat diambil kesimpulan bahwa responden menganggap dengan semakin banyak memberikan informasi pribadi pada produk Google dapat membuat semakin tingginya resiko yang akan ditimbulkan nantinya, hal tersebut juga akan dianggap menjadi sebuah gangguan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini sebuah resiko (RISK) memiliki pengaruh signifikan terhadap terjadinya sebuah gangguan (INTRU). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 2a diterima.

3. Pembahasan Hipotesis 2b

Dari hasil pengujian Hipotesis 2a, dapat diambil kesimpulan bahwa responden menganggap dengan semakin banyak memberikan informasi pribadi pada produk Google dapat membuat semakin tingginya resiko yang akan ditimbulkan nantinya dapat menimbulkan kekhawatiran terhadap privasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini sebuah resiko (RISK) memiliki pengaruh signifikan timbulnya perhatian terhadap masalah privasi (PCON). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 2b diterima.

4. Pembahasan Hipotesis 3a

Dari hasil pengujian Hipotesis 3a, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan dapat mengontrol informasi pribadi yang telah diberikan pada produk-produk Google tidak memengaruhi kekhawatiran terhadap privasi yang dapat ditimbulkan. Responden peduli terhadap masalah privasi yang akan diterima. Sehingga responden tidak akan terlalu mempertimbangkan dalam memberikan informasi pribadi terhadap produk-produk Google. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini faktor kontrol dari sebuah privasi (PCTL) memiliki pengaruh signifikan timbulnya perhatian terhadap masalah privasi (PCON). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 3a ditolak.

5. Pembahasan Hipotesis 3b

Dari hasil pengujian Hipotesis 3b, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan dapat mengontrol informasi pribadi yang telah diberikan pada produk-produk Google dapat memengaruhi sebuah gangguan yang dapat ditimbulkan. Responden peduli terhadap kemungkinan dari sebuah gangguan yang akan diterima. Sehingga responden akan mempertimbangkan dalam memberikan informasi pribadi terhadap produk-produk Google. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini faktor kontrol dari sebuah privasi (PCTL) memiliki pengaruh signifikan terhadap timbulnya sebuah gangguan (INTRU). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 3b diterima.

6. Pembahasan Hipotesis 4a

Dari hasil pengujian Hipotesis 4a, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya kebijakan privasi yang telah disediakan oleh Google dapat membantu responden untuk lebih mudah dalam mengontrol informasi pribadi yang telah diberikan pada produk-produk Google. Sehingga responden dapat mengetahui bagaimana cara Google menggunakan informasi pribadi yang telah diberikan kepada Google. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini kebijakan privasi (POLICY) memiliki pengaruh signifikan terhadap kontrol dari sebuah privasi (PCTL). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 4a diterima.

7. Pembahasan Hipotesis 4b

Dari hasil pengujian Hipotesis 4b, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya kebijakan privasi yang telah disediakan oleh Google dapat meminimalisir terjadinya sebuah resiko. Dengan adanya kebijakan privasi, dapat membuat responden untuk dapat mengetahui bagaimana cara Google menggunakan informasi pribadi yang telah diberikan kepada Google. Dengan demikian, akan meminimalisir terjadinya sebuah resiko, karena terdapat keterbukaan dari sebuah informasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini kebijakan privasi (POLICY) memiliki pengaruh signifikan terhadap sebuah resiko (RISK). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 4b diterima.

8. Pembahasan Hipotesis 5a

Dari hasil pengujian Hipotesis 5a, dapat diambil kesimpulan bahwa responden berpendapat dengan adanya segel privasi bahwa akan membantu mengontrol informasi pribadi yang diberikan pada produk-produk Google. Adanya segel privasi dapat menjadi fasilitator untuk menyelesaikan jika timbul suatu permasalahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini adanya segel privasi (SRE) memiliki pengaruh signifikan terhadap kontrol dari sebuah privasi (PCTL). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 5a diterima.

9. Pembahasan Hipotesis 5b

Dari hasil pengujian Hipotesis 5b, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya segel privasi tidak menjamin akan meminimalisir resiko dalam memberikan informasi pribadi. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini segel privasi (SRE) tidak menjamin resiko (RISK) yang dapat terjadi dalam memberikan informasi pribadi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 5b ditolak.

Hasil dari penelitian ini sama dengan penelitian yang menjadi kajian pustaka dalam penelitian ini. Tamara Dinev (2008) menyatakan bahwa segel privasi tidak menjamin resiko yang dapat terjadi dalam memberikan informasi pribadi.

10. Pembahasan Hipotesis 6

Dari hasil pengujian Hipotesis 6, dapat diambil kesimpulan bahwa bahwa masalah privasi memengaruhi tingkat keamanan yang ada pada produk-produk Google. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini timbulnya perhatian terhadap masalah privasi (PCON) memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat keamanan (SEC). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 6 diterima.

11. Pembahasan Hipotesis 7

Dari hasil pengujian Hipotesis 7, dapat diambil kesimpulan bahwa masalah privasi memengaruhi tingkat kepercayaan responden terhadap produk-produk Google. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini timbulnya perhatian terhadap masalah privasi (PCON) memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan (TRUST). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 7 diterima.

12. Pembahasan Hipotesis 8

Dari hasil pengujian Hipotesis 8, dapat diambil kesimpulan bahwa responden tidak memiliki perhatian terhadap masalah privasi (PCON) sehingga hal tersebut tidak memengaruhi minat responden untuk menggunakan produk-produk Google tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini perhatian terhadap masalah privasi (PCON) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap faktor minat perilaku penggunaan (BI). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 8 ditolak.

13. Pembahasan Hipotesis 9

Dari hasil pengujian Hipotesis 9, dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat keamanan yang terdapat pada produk-produk Google tidak memengaruhi responden terhadap minat untuk menggunakan produk-produk Google tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini faktor keamanan (SEC) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap faktor minat perilaku penggunaan (BI). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 9 ditolak.

14. Pembahasan Hipotesis 10

Dari hasil pengujian Hipotesis 10, dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap produk-produk Google memengaruhi minat responden untuk menggunakan produk-produk Google tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini faktor kepercayaan (TRUST) memiliki pengaruh signifikan terhadap faktor minat perilaku penggunaan (BI). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 10 diterima.

15. Pembahasan Hipotesis 11

Dari hasil pengujian Hipotesis 11, dapat diambil kesimpulan bahwa responden dapat merasakan manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk-produk Google sehingga hal tersebut dapat membuat responden memiliki minat untuk menggunakan produk-produk Google tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini faktor pemahaman kemanfaatan (PU) memiliki pengaruh signifikan terhadap faktor minat perilaku penggunaan (BI). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 11 diterima.

16. Pembahasan Hipotesis 12

Dari hasil pengujian Hipotesis 12, dapat diambil kesimpulan bahwa responden memperhatikan faktor kemudahan penggunaan dari produk-produk Google dan penggunaannya tidak memerlukan banyak usaha untuk melakukan kegiatan yang ingin dilakukannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini faktor pemahaman kemudahan pengguna (PEU) memiliki pengaruh signifikan terhadap faktor pemahaman kemanfaatan (PU). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 12 diterima.

17. Pembahasan Hipotesis 13

Dari hasil pengujian Hipotesis 13, dapat diambil kesimpulan bahwa responden dapat merasakan kemudahan penggunaan dari produk-produk Google sehingga hal tersebut dapat membuat responden memiliki minat untuk menggunakan produk-produk Google. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini faktor pemahaman kemudahan pengguna (PEU) memiliki pengaruh signifikan terhadap faktor minat perilaku penggunaan (BI). Oleh karena itu, dalam penelitian ini Hipotesis 13 diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi pengguna untuk memberikan informasi pribadi terhadap Google ada 4, yaitu: adanya kemudahan penggunaan dari produk-produk Google sehingga hal tersebut dapat membuat responden memiliki minat untuk menggunakan produk-produk Google tersebut. Responden memperhatikan faktor kemudahan penggunaan dari produk-produk Google dan penggunaannya tidak memerlukan banyak usaha untuk melakukan kegiatan yang ingin dilakukannya, sehingga responden yang terbiasa menggunakan produk-produk Google secara intens dan telah menggunakan produk tersebut untuk waktu yang lama, akan merasakan kemudahan dalam penggunaannya dengan atau tanpa mereka sadari. Responden dapat merasakan manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk-produk Google sehingga hal tersebut dapat membuat responden memiliki minat untuk menggunakan produk-produk Google tersebut. Selain itu, tingkat kepercayaan responden terhadap produk-produk Google dapat memengaruhi minat responden untuk menggunakan produk-produk Google tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Coakley. 2013. Google Street View Didenda US\$ 7 Juta. Laman web: <https://m.tempo.co/read/news/2013/03/13/072466745/google-street-view-didenda-us-7-juta> [Diakses 22 oktober 2016]
- Davis, F.D., 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. [pdf] University of Minnesota. Laman web : https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology [Diakses 19 Oktober 2016].
- Dinev T., Heng, X., Smith, H.J., Hart P. (2008), *Examining the Formation of Individual's Privacy Concerns: Toward an Integrative View*. 1-16.
- Dwyer, C., 2007. *Digital relationships in the MySpace generation: results from a qualitative study*. In: Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), Hawaii, 2007.
- Google. 2016. Kebijakan Privasi. Laman web: <https://www.google.co.id/intl/id/policies/privacy/> [Diakses pada 22 Oktober 2016]
- Kuo, K.M., and Talley P.C. (2014) *An Empirical Investigation Of The Privacy Concerns Of Social Network Site Users In Taiwan*. 5(2): 1-19.
- Ludwig. 2012. *Gmail now has 425 million total users*. Laman web: <http://www.theverge.com/2012/6/28/3123643/gmail-425-million-total-users> [Diakses 22 Oktober 2012]
- Shin, D.H., (2010) *The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption*. Vol. 22 No. 5, pp 428-438.
- Solove, D.J. (2006). *A Taxonomy of Privacy*. University of Pennsylvania Law Review (154:3) 2006, pp 477-560.

- Sullivan, D. 2012. *Google Still World's Most Popular Search Engine By Far, But Share Of Unique Searchers Dips Slightly*. Laman web: <http://searchengineland.com/google-worlds-most-popular-search-engine-148089> [Diakses 22 Oktober 2016]
- Tan, X., Qin, L., Kim, Y., Hsu J. (2011). *Impact of Privacy Concerns in Social Networking Web Sites*. 211-233.