DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. (2021). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. APJII.

Attrill, A. (2015). *The Manipulation of Online Self & Presentation: Create, Edit, Re-edit and Present*. palgrave macmillan.

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2019). *Metode Penelitian Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.

Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan. (2022). *Jumlah penduduk (Jiwa), 2020-2022* [Badan Pemerintah]. Jumlah Penduduk (Jiwa), 2020-2022. https://sulsel.bps.go.id/indicator/12/83/2/jumlah-penduduk.html

Barmaki, R. (2019). Erving Goffman's View of "Deviance": "Self" and "Society" as the Sources of Deviancy and Conformity. *Deviant Behavior*.

Baruh, L., Secinti, E., & Cemalcilar, Z. (2017). Online Privacy Concerns and Privacy Management: A Meta-Analytical Review. *Journal of Communication*.

Bilal, M., Gani, A., Lali, M. I. U., Marjani, M., & Malik, N. (2019). Social Profiling: A Review, Taxonomy, and Challenges. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *22*(7).

Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A. N., & Reips, U.-D. (2007). Development of Measures of Online Privacy Concern and Protection for Use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *58*(2), 157–165.

Bujang, M. A., Sa'at, N., Sidik, T. M. I. T. A. B. S., & Joo, L. C. (2018). Sample Size Guidelines for Logistic Regression from Observational Studies with Large Population: Emphasis on the Accuracy Between Statistics and Parameters Based on Real Life Clinical Data. *The Malaysian Journal of Medical Sciences*, *25*(4), 122–130.

Burgoon, J. K. (1982). Privacy and Communication. In *Communication Reviews and Commentaries*.

Cambridge University. (2021). *Social media* [Dictionary]. Social Media. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, *23*(1), 46–65.

CNBC Indonesia. (2021, January 14). *Data Pribadi 214 Juta Pengguna Facebook & Instagram Dicuri* [Berita]. CNBC Indonesia.

Davidson, B. I., & Joinson, A. N. (2021). Shape Shifting Across Social Media. *Social Media + Society*, 1–11.

de Jong, V. M. T., Eijkemans, M. J. C., Caster, B. van, Timmerman, D., Moons, K. G., Steyerberg, E. W., & Smeden, M. van. (2019). Sample size considerations and predictive performance of multinomial logistic prediction models. *Statistics in Medicine*, *38*.

Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A.-K., & Hughes, B. N. (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *15*.

Dijck, J. van, & Poell, T. (2015). Social Media and the Transformation of Public Space. *Social Media + Society*, *July-December 2015*.

Fianu, E., Ofori, K. S., Boateng, R., & Ampong, G. O. A. (2019). The Interplay Between Privacy, Trust and Self-disclosure on Social Networking Sites. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, *558*.

Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computer in Human Behavior*, *45*, 2015.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of self in everyday life*. Social Science Research Centre.

Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook Case). *ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society*.

Gupta, A., & Dharmi, A. (2015). Measuring the impact of security, trust and privacy in information sharing: A study on social networking sites. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, *17*(1), 43–53.

Hambleton, R. K. (2005). Issues, Designs, and Technical Guidelines for Adapting Tests Into Multiple Languages and Cultures. In R. K. Hambleton, P. F. Merenda, & C. D. Spielberger (Eds.), *Adapting Educational and Psychological Tests for Cross-Cultural Assessment*. Lawrence Erlbaum Associates Publisher.

Jeong, Y., & Coyle, E. (2014). What Are You Worrying About on Facebook and Twitter? An Empirical Investigation of Young Social Network Site Users' Privacy Perceptions and Behaviors. *Journal of Interactive Advertising*, *14*(2), 51–59.

Jeong, Y., & Kim, Y. (2017). Privacy concerns on social networking sites: Interplay among posting types, content, and audiences. *Computer in Human Behavior*.

Joinson, A. N., & Paine, C. (2012). Self-disclosure, privacy and the internet. In *Oxford handbook of internet psychology*. Oxford University Press.

Joinson, A. N., Reips, U.-D., Buchanan, T., & Schofield, C. B. P. (2010). Privacy, Trust, and Self-Disclosure Online. *Human-Computer Interaction*, *25*, 1–24.

Kaye, L. K. (2021). Exploring the "socialness" of social media. *Computer in Human Behavior Reports*, *3*.

KBBI. (2021). *Privasi* [Kamus]. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). https://kbbi.web.id/privasi

Keipi, T., Oksanen, A., & Räsänen, P. (2015). Who prefers anonymous self-expression online? A survey-based study of Finns aged 15–30 years. *Information, Communication & Society*, *18*(6), 717–732.

Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Data Reportal. https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia

Kool, V. K., & Agrawal, R. (2016). *Psychology of Technology*. Springer.

Kramer, N. C., & Haferkamp, N. (2011). Online Self-Presentation: Balancing Privacy Concerns and Impression Construction on Social Networking Sites. In *Privacy Online*. Springer.

Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, *107*(1), 34–47.\

Li, Y. (2022). Cross-Cultural Privacy Differences. dalam *Modern Socio-Technical Perspectives on Privacy* (pp. 267–292). Springer.

Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Emerging Adulthood*.

Myers, D. (2001). *Psikologi Sosial*. Erlangga.

Nissenbaum, H. (2009). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford University Press.

Paramarta, V., Jihad, M., Dharma, A., Hapsari, I. C., Sandhyaduhita, P. I., & Hidayanto, A. N. (2018). Impact o f User Awareness, Trust, and Privacy Concerns on Sharing Personal Information on Social Media: Facebook, Twitter, and Instagram. *ICASIS 2018*.

Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, *30*(5), 350–361.

Rachels, J. (1975). Why privacy is important. *Philosophy and Public Affairs*, *4*(4), 323–333.

Rahmah, T. R. (2020). *Hubungan antara self presentation pada media sosial dan pembentukan identitas diri pada remaja akhir*. Universitas Hasanuddin.

Saifulloh, M., Ernanda, A. (2018). Manajemen Privasi Komunikasi Pada remaja Pengguna Akun alter ego di twitter. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 235. https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.652

Shah, S. (2016, May 14). *The history of social networking*. Digitaltrends. https://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/

Starkweather, J., & Moske, A. K. (2011). *Multinomial Logistic Regression*. University of North Texas.

Sugiyono. (2014). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.

The Jakarta Post. (2021, September 19). *The 'alter' twitter-verse: Seeking anonymity, solace and validation*. The Jakarta Post. Retrieved July 7, 2022, from https://www.thejakartapost.com/life/2021/09/15/the-alter-twitter-verse-seeking-anonymity-solace-and-validation.html

Trottier, D. (2012). Interpersonal Surveillance on Social Media. *Canadian Journal of Communication*, *37*(2), 319–332.

Vasalou, A., & Joinson, A. N. (2009). Me, myself and I: The role of interactional context on self-presentation through avatars. *Computer in Human Behavior*, *25*, 510–520.

Wallace, P. (2016). *The Psychology of The Internet* (2nd ed.). Cambridge University Press.

Westin, A. (1967). *Privacy and freedom*. Atheneum.

Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G. R., & Olson, J. M. (2000). *Social Psychology*. Thompson Learning.

Zhou, T., & Li, H. (2014). Understanding mobile SNS continuance usage in China from the perspectives of social influence and privacy concern. *Computer in Human Behavior*, *37*.

LAMPIRAN 1: ALAT UKUR PENELITIAN

Skala '*Privacy Attitude'* (Buchanan, Paine, Joinson & Reips, 2007; diadaptasi).

No.	Aitem	STS	TS	N	S	SS
1	Apakah anda khawatir jika informasi pribadi anda dapat ditemukan di sebuah computer/gadget lama?					
2	Apakah anda khawatir jika nomor kartu kredit atau debit anda dapat diketahui atau diperoleh orang lain saat anda berbelanja online?					
3	Apakah anda khawatir ketika pesan yang anda kirim dapat dibaca oleh orang lain, selain dari orang yang anda kirimkan/tuju?					
4	Apakah anda khawatir ketika pesan yang anda kirim di teruskan kepada orang lain tanpa sepengetahuan anda?					
5	Apakah anda khawatir ketika pesan yang anda kirimkan secara privat, dipublikasikan di tempat lain dimana orang-orang dapat melihatnya?					
6	Apakah anda risau jika virus komputer dapat mengirimkan pesan atas nama anda?					
7	Apakah anda khawatir jika pesan yang anda terima ternyata tidak dikirimkan oleh pihak yang anda pikirkan sebagai pengirimnya?					
8	Apakah anda khawatir jika pesan yang anda terima merupakan email yang mengandung penipuan, meskipun terlihat resmi/asli?					

Skala SPFBQ (Rahmah, 2020)

No.	Aitem	STS	TS	S	SS
1	Saya memiliki pandangan yang baik terhadap diri saya dan media sosial adalah tempat bagi saya untuk menunjukannya				
2	Saya mengunggah apapun ke dalam media sosial untuk menunjukkan apa yang saya inginkan atau saya harapkan				
3	Terkadang saya mencoba untuk menjadi orang lain dibandingkan dengan menjadi diri sendiri di dalam media sosial				

4	Saya dapat menjelajahi berbagai aspek diri saya di dalam media sosial dibandingkan kehidupan nyata				
5	Saya membandingkan diri saya dan orang lain di dalam media sosial				
6	Saya bangga terhadap hal-hal yang saya capai sehingga saya menunjukkan kepada orang lain melalui unggahan saya di media sosial				
7	Saya memiliki standar tertentu ketika mengunggah sesuatu ke dalam media sosial				
8	Saya merasa menjadi orang yang berbeda antara kehidupan nyata dan dalam media sosial				
9	Saya merasa bahwa banyak sisi lain dari diri saya yang saya tunjukkan pada media sosial				
10	Saya mencoba membuat orang lain terkesan dengan unggahan saya di media sosial				
11	Saya sangat memahami apa yang saya inginkan dalam hidup dan media sosial adalah tempat untuk mengungkapkan pandangan dan keyakinan yang saya miliki				
12	Saya menunjukkan sesuatu yang saya inginkan pada media sosial tanpa memperdulikan perkataan atau peniliaian yang diberikan orang lain				
13	Terkadang saya mengunggah sesuati ke dalam media sosial yang tidak benar-benar menggambarkan diri saya				
14	Media sosial merupakan tempat saya untuk mencoba berbagai macam hal baru yang tidak dapat saya lakukan di keseharian				
15	Terkadang saya menjaga *image* di unggahan media sosial saya				
16	Saya senang menampilkan diri apa adanya di dalam media sosial				
17	Saya selalu memikirkan apa yang orang lain suka terhadap diri saya dan menampilkan hal tersebut melalui ungahan saya di dalam media sosial				
18	Saya mengedit unggahan saya agar dapat terlihat lebih baik atau berbeda				
19	Saya senan mencoba hal baru dalam media sosial				

20	Saya selalu berupaya untuk menunjukkan sisi positif saya hingga membuat orang lain terkesan dengan diri saya				
21	Saya mencoba tampil apa adanya di dalam media sosial meskipun hal tersebut kurang pantas				
22	Saya membagikan sesuatu ke dalam media sosial untuk menunjukkan hal yang saya inginkan namun belum terwujud dalam kehidupan saya				
23	Terkadang saya merasa tidak nyaman ketika menunjukkan diri saya apa adanya di dalam media sosial				
24	Saya merasa lebih nyaman untuk mencoba hal baru melalui media sosial				
25	Bagi saya media sosial dapat menjadi tempat untuk menunjukkan diri dan membuat orang lain terkesan akan diri saya				
26	Saya selalu mencoba untuk membagikan informasi pribadi saya apa adanya ke dalam media sosial				
27	Ketika mengunggah sesuatu ke dalam media sosial, saya mencoba untuk memenuhi harapan orang lain terkait diri saya				
28	Saya senang untuk mencoba berganti identitas diri di dalam media sosial				
29	Media sosial memberikan fasilitas kepada saya untuk mencoba hal baru dan menunjukkan diri				
30	Saya mengunggah sesuatu ke dalam media sosial untuk membandingkan diri dengan orang lain				

LAMPIRAN 2: LEMBAR ADAPTASI SKALA

Lembar Adaptasi Skala

Translator 1 (English-Indonesia): Nur Fajar Alfitra,
Translator 2 (Indonesia-English): Dwiana Fajriati Dewi
Moderator : Mario Muhammad Noer Fauzan

Skala '*Privacy Attitude'* (Buchanan, Paine, Joinson & Reips, 2007)

No.	Aitem Asli	Aitem Terjemahan	Reverse Translate	Aitem Adaptasi
1	In general, how concerned are you about your privacy while you are using the internet?	Secara umum, seberapa risau anda tentang keamaan anda saat menggunakan internet?	In general, how worried are you about your safety when using the internet?	Secara umum, seberapa khawatir anda tentang keamaan dan privasi anda saat menggunakan internet?
2	Are you concerned about online organisations not being who they claim they are?	Apakah anda risau dengan organisasi online yang mengkalim dirinya berbeda dengan yang seharusnya?	Are you worried about online organizations that claims to be different from what they should be?	Apakah anda khawatir dengan penyedia layanan online yang bertindak tidak sesuai dengan yang mereka janjikan?
3	Are you concerned that you are asked for too much personal information when you register or make online purchases?	Apakah anda risau ketika anda ditanyakan terlalu banyak informasi pribadi saat membuat akun atau belanja online?	Are you worried when you are asked for too much personal information when creating an account or shopping online?	Apakah anda khawatir ketika anda ditanyakan terlalu banyak informasi pribadi saat membuat akun atau belanja online?
4	Are you concerned about people online not being who they say they are?	Apakah anda risau dengan orang lain di dunia maya yang mengatakan dirinya berbeda dengan yang aslinya?	Are you worried about other people in cyberspace who say they are different from their real self?	Apakah anda khawatir dengan orang lain di dunia maya yang sebenarnya dapat berperilaku berbeda dari yang mereka sampaikan kepada anda?
5	Are you concerned that information about you could be found on an old computer?	Apakah anda risau jika informasi yang anda miliki	Are you worried that your information can be found on your old computer?	Apakah anda khawatir jika informasi pribadi anda dapat

		dapat ditemukan di computer yang lama?		ditemukan di sebuah computer/gadget lama?
6	Are you concerned who might access your medical records electronically?	Apakah anda risau ketika orang lain dapat mengakses rekam jejak medis anda secara elektronik?	Are you worried that other people can access your medical record electronically?	Apakah anda khawatir ketika orang lain dapat menegtahui kondisi kesehatan anda melalui media elektronik?
7	Are you concerned about people you do not know obtaining personal information about you from your online activities?	Apakah anda risau terkait orang-orang yang anda tidak kenal dapat memperoleh informasi tentang anda dari aktivitas online anda?	Are you worried that people you don't know can get information about you from your online activities?	Apakah anda khawatir ketika orang-orang yang anda tidak kenal dapat memperoleh informasi tentang anda dari aktivitas online anda?
8	Are you concerned that if you use your credit card to buy something on the internet your credit card number will obtained/ intercepted by someone else?	Apakah anda risau jika nomor kartu kredit atau debit anda dapat diketahui atau diperoleh orang lain saat anda berbelanja online?	Are you worried if your credit or debit card number can be known or obtained by others when you shop online?	Apakah anda khawatir jika nomor kartu kredit atau debit anda dapat diketahui atau diperoleh orang lain saat anda berbelanja online?
9	Are you concerned about online identity theft?	Apakah anda memberikan perhatian lebih terkait pencurian data online?	Are you paying more attention to online data theft?	Apakah anda memberikan perhatian lebih terkait pencurian data pribadi yang terjadi dalam media online?
10	Are you concerned that if you use your credit card to buy something on the internet your card will be mischarged?	Apakah anda prihatin jika saat berbelanja online, kartu kredit atau debit anda akan disalah gunakan?	Are you concerned if when shopping online, your credit or debit card will be misused?	Apakah anda khawatir jika saat berbelanja online, kartu kredit atau debit anda akan disalah gunakan?
11	Are you concerned that an email you send may be read by someone else besides the person you sent it to?	Apakah anda risau ketika email yang anda kirim dapat dibaca oleh orang lain?	Are you worried when the email you send can be read by	Apakah anda khawatir ketika pesan yang anda kirim dapat dibaca oleh

		Selain orang yang anda kirimkan/tuju.	others? Other than the person you are sending to.	orang lain, selain dari orang yang anda kirimkan/tuju?
12	Are you concerned that an email you send someone may be inappropriately forwarded to others?	Apakah anda risau ketika email yang anda kirim di teruskan kepada orang lain tanpa sepengetahuan anda?	Are you worried when the email you send is forwarded to other people without you knowing?	Apakah anda khawatir ketika pesan yang anda kirim di teruskan kepada orang lain tanpa sepengetahuan anda?
13	Are you concerned that an email you send someone may be printed out in a place where others could see it?	Apakah anda risau ketika email yang anda kirimkan dicetak di tempat lain dimana orang-orang dapat melihatnya?	Are you worried when your email is printed somewhere else where people can see it?	Apakah anda khawatir ketika pesan yang anda kirimkan secara privat, dipublikasikan di tempat lain dimana orang-orang dapat melihatnya?
14	Are you concerned that a computer virus could send out emails in your name?	Apakah anda risau jika virus computer dapat mengirimkan email atas nama anda?	Are you worried if a computer virus can send email on your behalf?	Apakah anda risau jika virus komputer dapat mengirimkan pesan atas nama anda?
15	Are you concerned about emails you receive not being from whom they say they are?	Apakah anda risau jika email yang anda terima bukan dari orang yang sebenarnya?	Are you worried if the email you receive is not from the true sender?	Apakah anda khawatir jika pesan yang anda terima ternyata tidak dikirimkan oleh pihak yang anda pikirkan sebagai pengirimnya?
16	Are you concerned that an email containing a seemingly legitimate internet address may be fraudulent?	Apakah anda risau jika email yang anda terima merupakan email yang mengandung penipuan, meskipun terlihat resmi/asli?	Are you worried if the email you receive is a fraudulent email, although it looks official/authentic?	Apakah anda khawatir jika pesan yang anda terima merupakan email yang mengandung penipuan, meskipun terlihat resmi/asli?

LAMPIRAN 3: Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Skala Privacy Concern

Results

Structural Equation Modeling

Model fit

				Baseline test			Difference test		
	AIC	BIC	n	χ^2	df	p	$\Delta\chi^2$	Δdf	p
Model 1	3614.024	3693.659	204	32.786	20	0.036	32.786	20	0.036

Additional fit measures

Fit indices

Index	Value
Comparative Fit Index (CFI)	0.950
Tucker-Lewis Index (TLI)	0.930
Bentler-Bonett Non-normed Fit Index (NNFI)	0.930
Bentler-Bonett Normed Fit Index (NFI)	0.884
Parsimony Normed Fit Index (PNFI)	0.631
Bollen's Relative Fit Index (RFI)	0.837
Bollen's Incremental Fit Index (IFI)	0.951
Relative Noncentrality Index (RNI)	0.950

Information criteria

	Value
Log-likelihood	-1783.012
Number of free parameters	24.000
Akaike (AIC)	3614.024
Bayesian (BIC)	3693.659
Sample-size adjusted Bayesian (SSABIC)	3617.620

Other fit measures

Metric	Value
Root mean square error of approximation (RMSEA)	0.056
RMSEA 90% CI lower bound	0.015
RMSEA 90% CI upper bound	0.089
RMSEA p-value	0.355
Standardized root mean square residual (SRMR)	0.042
Hoelter's critical N (α = .05)	196.438
Hoelter's critical N (α = .01)	234.740
Goodness of fit index (GFI)	0.999
McDonald fit index (MFI)	0.969
Expected cross validation index (ECVI)	0.396

Parameter estimates

Factor Loadings

						95% Confidence Interval		Standardized		
Latent	Indicator	Estimate	Std. Error	z-value	p	Lower	Upper	All	LV	Endo
PR	pr5	1.000	0.000			1.000	1.000	0.357	0.260	0.357
	pr8	1.094	0.328	3.338	< .001	0.452	1.737	0.356	0.285	0.356
	pr9	1.900	0.454	4.186	< .001	1.010	2.789	0.607	0.495	0.607
	pr10	1.275	0.357	3.565	< .001	0.574	1.975	0.403	0.332	0.403
	pr11	1.549	0.367	4.221	< .001	0.830	2.268	0.626	0.403	0.626
	pr12	1.373	0.338	4.059	< .001	0.710	2.036	0.550	0.358	0.550
	pr13	1.952	0.472	4.135	< .001	1.027	2.878	0.582	0.509	0.582
	pr14	2.272	0.537	4.229	< .001	1.219	3.326	0.630	0.592	0.630

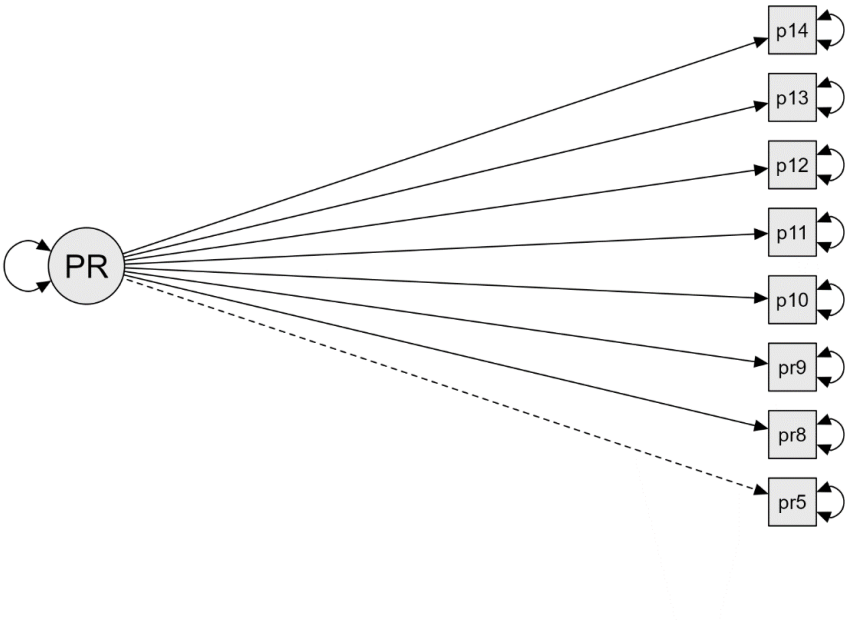
Factor variances

					95% Confidence Interval		Standardized		
Variable	Estimate	Std. Error	z-value	p	Lower	Upper	All	LV	Endo
PR	0.068	0.029	2.306	0.021	0.010	0.126	1.000	1.000	1.000

Residual variances

					95% Confidence Interval		Standardized		
Variable	Estimate	Std. Error	z-value	p	Lower	Upper	All	LV	Endo
pr5	0.466	0.048	9.654	< .001	0.371	0.560	0.873	0.466	0.873
pr8	0.560	0.058	9.656	< .001	0.447	0.674	0.873	0.560	0.873
pr9	0.420	0.051	8.293	< .001	0.321	0.520	0.632	0.420	0.632
pr10	0.568	0.060	9.505	< .001	0.451	0.685	0.837	0.568	0.837
pr11	0.253	0.031	8.106	< .001	0.192	0.315	0.609	0.253	0.609
pr12	0.295	0.034	8.761	< .001	0.229	0.361	0.698	0.295	0.698
pr13	0.504	0.059	8.511	< .001	0.388	0.620	0.661	0.504	0.661
pr14	0.533	0.066	8.059	< .001	0.403	0.662	0.603	0.533	0.603

Path diagram



Unidimensional Reliability

Frequentist Scale Reliability Statistics

Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.734
95% CI lower bound	0.675
95% CI upper bound	0.785

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

	If item dropped
Item	Cronbach's α
pr5	0.730
pr8	0.732
pr9	0.686
pr10	0.729
pr11	0.691
pr12	0.699
pr13	0.695
pr14	0.688

LAMPIRAN 4: Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Skala SPFBQ

Results

Structural Equation Modeling

Model fit

				Baseline test			Difference test		
	AIC	BIC	n	χ^2	df	p	$\Delta\chi^2$	Δdf	p
Model 1	1463.276	1493.139	204	4.530e-14	0	< .001			
Model 2	1523.877	1553.740	204	1.359e-13	0	< .001	9.059e-14	0	
Model 4	1383.974	1413.837	204	0.000	0	1.000	-1.359e-13	0	
Model 3	1995.664	2035.481	204	1.087	2	0.581	1.087	2	0.581
Model 5	2032.084	2071.901	204	2.578	2	0.276	1.491	0	

Note. some models are based on a different set of observed variables

Additional fit measures

Fit indices

Index	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
Comparative Fit Index (CFI)	1.000	1.000	1.000	1.000	0.996
Tucker-Lewis Index (TLI)	1.000	1.000	1.016	1.000	0.988
Bentler-Bonett Non-normed Fit Index (NNFI)	1.000	1.000	1.016	1.000	0.988
Bentler-Bonett Normed Fit Index (NFI)	1.000	1.000	0.994	1.000	0.983
Parsimony Normed Fit Index (PNFI)	0.000	0.000	0.331	0.000	0.328
Bollen's Relative Fit Index (RFI)	1.000	1.000	0.981	1.000	0.949
Bollen's Incremental Fit Index (IFI)	1.000	1.000	1.005	1.000	0.996
Relative Noncentrality Index (RNI)	1.000	1.000	1.005	1.000	0.996

Information criteria

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
Log-likelihood	-722.638	-752.938	-985.832	-682.987	-1004.042
Number of free parameters	9.000	9.000	12.000	9.000	12.000
Akaike (AIC)	1463.276	1523.877	1995.664	1383.974	2032.084
Bayesian (BIC)	1493.139	1553.740	2035.481	1413.837	2071.901
Sample-size adjusted Bayesian (SSABIC)	1464.625	1525.225	1997.462	1385.322	2033.882

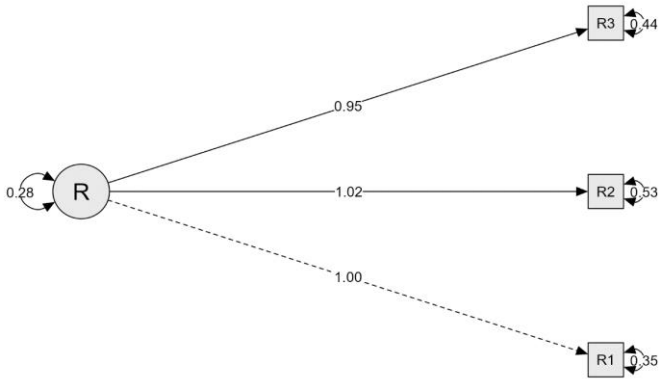
Other fit measures

Metric	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
Root mean square error of approximation (RMSEA)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.038
RMSEA 90% CI lower bound	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

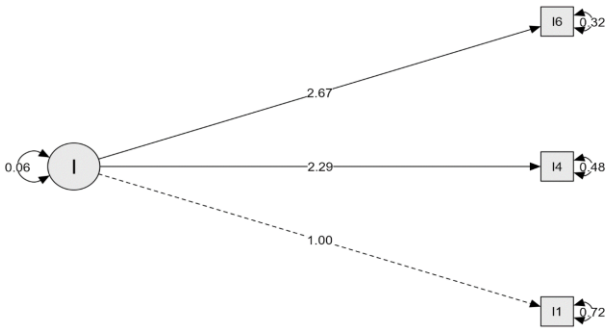
Other fit measures

Metric	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
RMSEA 90% CI upper bound	0.000	0.000	0.116	0.000	0.149
RMSEA p-value			0.715		0.440
Standardized root mean square residual (SRMR)	1.636e-9	2.896e-9	0.012	9.739e-9	0.025
Hoelter's critical N (α = .05)	1.000	1.000	1125.813		475.170
Hoelter's critical N (α = .01)	1.000	1.000	1730.111		729.914
Goodness of fit index (GFI)	1.000	1.000	1.000	1.000	0.999
McDonald fit index (MFI)	1.000	1.000	1.002	1.000	0.999
Expected cross validation index (ECVI)	0.088	0.088	0.123	0.088	0.130

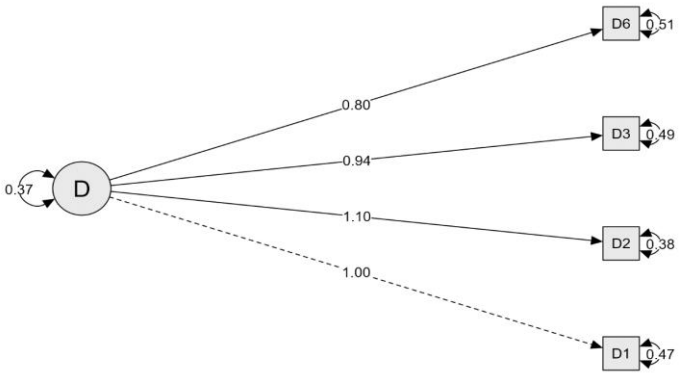
Path diagram
Model 1



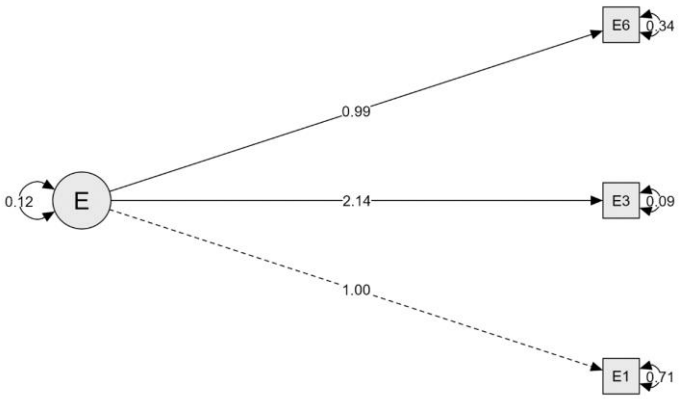
Model 2



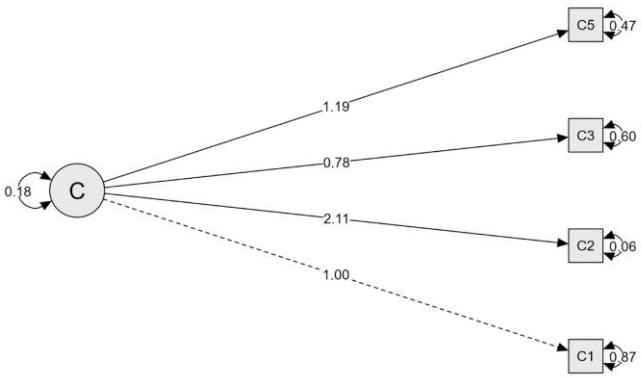
Model 3



Model 4



Model 5



Unidimensional Reliability

Frequentist Scale Reliability Statistics

Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.653
95% CI lower bound	0.562
95% CI upper bound	0.728

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

	If item dropped
Item	Cronbach's α
R1	0.529
R2	0.577
R3	0.566

Frequentist Scale Reliability Statistics

Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.527
95% CI lower bound	0.401
95% CI upper bound	0.630

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

	If item dropped
Item	Cronbach's α
I4	0.331
I6	0.281
I1	0.626

Frequentist Scale Reliability Statistics

Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.744
95% CI lower bound	0.681
95% CI upper bound	0.797

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

	If item dropped
Item	Cronbach's α
D1	0.675
D2	0.653
D3	0.694
D6	0.717

Frequentist Scale Reliability Statistics

Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.588
95% CI lower bound	0.479
95% CI upper bound	0.677

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

	If item dropped
Item	Cronbach's α
E3	0.305
E6	0.515
E1	0.629

Frequentist Scale Reliability Statistics

Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.668
95% CI lower bound	0.586
95% CI upper bound	0.736

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

	If item dropped
Item	Cronbach's α
C1	0.654
C2	0.464
C3	0.659
C5	0.603

LAMPIRAN 5 Hasil Uji Hipotesis

Nominal Regression

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
SP	R	37	18.1%
	I	51	25.0%
	D	42	20.6%
	E	40	19.6%
	C	34	16.7%
Valid		204	100.0%
Missing		0	
Total		204	
Subpopulation		15	

Model Fitting Information

	Model Fitting Criteria			Likelihood Ratio Tests		
Model	AIC	BIC	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	204.515	217.787	196.515			
Final	211.886	238.431	195.886	.628	4	.960

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.003
Nagelkerke	.003
McFadden	.001

Likelihood Ratio Tests

	Model Fitting Criteria			Likelihood Ratio Tests		
Effect	AIC of Reduced Model	BIC of Reduced Model	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	204.485	217.757	196.485	.598	4	.963
PRIV	204.515	217.787	196.515	.628	4	.960

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

Parameter Estimates

SP[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)		
R	Intercept	-.085	2.262	.001	1	.970			
	PRIV	.005	.064	.006	1	.940	1.005		
I	Intercept	.206	2.108	.010	1	.922			
	PRIV	.006	.060	.009	1	.924	1.006		

D	Intercept	-.068	2.200	.001	1	.975			
	PRIV	.008	.062	.016	1	.898	1.008		
E	Intercept	1.266	2.175	.338	1	.561			
	PRIV	-.032	.062	.260	1	.610	.969		

Classification

	Predicted					
Observed	R	I	D	E	C	Percent Correct
R	0	36	0	1	0	0.0%
I	0	49	0	2	0	96.1%
D	0	41	0	1	0	0.0%
E	0	33	0	7	0	17.5%
C	0	32	0	2	0	0.0%
Overall Percentage	0.0%	93.6%	0.0%	6.4%	0.0%	27.5%