Sahid Banking Journal **E-ISSN: 2808-7402**
Volume IV Nomor 2 (Mei 2025) **P-ISSN: 2808-4381**
https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/SahidBankingJ

ANALISIS PENGARUH KEJAHATAN DIGITAL TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH PENGGUNA *E-BANKING* SYARIAH.

Ika Santika[1], Rully Trihantana[2], Azizah Mursyidah[3].
[1, 2, 3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.
[1]ikasantika2121@gmail.com, [2]rully.trihantana@febi-inais.ac.id,
[3]azizah.mursyidah@febi-inais.ac.id

ABSTRACT

Sharia e-banking is the delivery of services and products at banks directly to customers through the help of electronic media and interactive communication channels that enable customers with sharia-based service features. Digital crime is a new form of criminal activity that uses information technology and computer networks, related to banking, usually criminals make the bank or customer a victim using computer devices while customer trust will build a long-term relationship that is mutually beneficial for customers and the Bank. The purpose of this study was to examine the influence of knowledge, security, experience about digital crime on customer trust of sharia e-banking users in Pamijahan District and Cibungbulang District, Bogor Regency. In this study using quantitative methods. The source of data in this study is primary data by collecting data using questionnaire sheets distributed to 100 respondents via the internet and using accidental sampling techniques. The results showed that knowledge variables had a significant positive effect on customer trust by calculating > ttable (3,444 > 1,661). Security variables have a positive influence and do not have a significant effect on customer trust with tcount > ttable (1,362 < 1,661). While the experience variable results have a positive and significant effect on customer trust with tcalculate > ttable (2,760 > 1,661).

Keywords: Sharia E-Banking, Digital Crime, Customer Trust

ABSTRAK

E-banking syariah adalah penghantar jasa dan produk pada bank secara langsung kepada nasabah melalui bantuan media elektronik dan saluran komunikasi interaktif yang memungkinkan nasabah dengan fitur layanan berbasis syariah. Kejahatan digital merupakan bentuk baru kegiatan kejahatan yang menggunakan teknologi informasi dan komputer jaringan, kaitannya pada perbankan biasanya pelaku kejahatan menjadikan pihak bank atau nasabah sebagai korban dengan menggunakan perangkat komputer. Sedangkan kepercayaan nasabah akan membangun suatu hubungan jangka panjang yang saling menguntungan bagi nasabah dan bank. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh pengetahuan, keamanan, pengalaman tentang kejahatan digital terhadap kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* syariah yang berada di Kecamatan Pamijahan dan Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor. Dalam penelitian ini mengunakan metode kuantitatif. Sumber data pada

penelitian ini yaitu data primer dengan mengumpulkan data menggunakan lembar kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden melalui internet dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukan variabel pengetahuan berpengaruh positif tingkat signifikan terhadap kepercayaan nasabah dengan thitung > ttabel (3,444 > 1,661). Variabel keamanan memiliki pengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dengan thitung > ttabel (1,362 < 1,661). Sedangkan variabel pengalaman hasilnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah dengan thitung > ttabel (2,760 > 1,661).

Kata-kata Kunci: *E-Banking* Syariah, Kejahatan Digital, Kepercayaan Nasabah.

I. PENDAHULUAN.

Teknologi digital yang ada saat ini dan terus berkembang pesat menyebabkan perubahan besar di dunia, sangat mudah bagi orang untuk mendapatkan informasi dengan berbagai cara. Saat ini semua orang dapat dengan leluasa menikmati kemungkinan teknologi digital dimana saja dan kapan saja, namun hal ini mempunyai dampak negatif yang akan mengancam. Dari masa ke masa tentunya Indonesia selalu mengikuti perkembangan zaman yang modern, penerapan teknologi digital sudah menjadi hal yang lumrah dalam bidang pendidikan, bisnis, kesehatan, pertanian, manajemen, perbankan dan bidang lainnya. Perkembangan teknologi tentunya berpengaruh pada dunia perbankan, istilah *elektronik banking* atau *e-banking* merupakan suatu teknologi yang saat ini sudah digunakan disemua perbankan yang ada di Indonesia.

Berdasarkan catatan OJK, pada tahun 2016 jumlah pengguna *online banking* (*text banking, phone banking, mobile banking dan internet banking*) meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016, setelah itu frekuensi *online banking* meningkat. transaksi meningkat dari 150,8 juta nasabah menjadi 169 persen transaksi pada tahun 2012 dan 405,4 juta transaksi pada tahun 2016. Transaksi *mobile banking* dan *internet banking* tumbuh lebih dari 300% dan transaksi *internet banking* sebesar 50% pada Agustus 2016 hingga 2021. Di balik segala kemudahan yang ditawarkan dengan adanya teknologi elektronik, hal ini tentunya memberikan dampak yang mengancam bagi nasabah pengguna layanan perbankan elektronik salah satunya yaitu kejahatan digital.

Berdasarkan sumber online OJK, pada tahun 2022 tercatat menerima 433 laporan terkait penipuan luar negeri (penipuan, pelanggaran rekening) dari total 5.940 pengaduan. Suatu bentuk kejahatan dunia maya yang sering digunakan oleh penjahat di sektor perbankan, melibatkan pelaku kejahatan yang melakuxkan *spoofing* pada situs web yang sah tanpa korban menyadarinya dan mengetahui siapa yang kemudian mengambil informasi pribadi tersebut. *Phishing* adalah penggunaan perangkat lunak untuk memanipulasi identitas dengan mengirimkan alamat email yang tampaknya terkait dengan pedagang atau lembaga lain. *Keylogger* adalah perangkat

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

lunak yang dapat menghafal tombol *keyboard* yang digunakan tanpa sepengetahuan pengguna. *Phishing* adalah perolehan informasi pribadi secara ilegal seperti PIN dan nomor rekening, sedangkan *Snooping* adalah intersepsi paket data pada suatu jaringan.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas terkait kejahatan digital pada sektor perbankan. berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan (Böhme dan Moore, 2012:1-29) mengenai persepsi pengguna konsumen perbankan terhadap fenomena *cybercrime* menggunakan variabel pengalaman (*Experience with cybercrime*), keamanan (*Concerns*), dan pengetahuan (*Proficiency*). Hasilnya, keamanan, dan pengalaman mengurangi transaksi online, namun keamanan memiliki efek yang lebih besar. Hal tersebut terjadi disebabkan korban *cybercrime* cenderung masih sedikit dibandingkan konsumen yang memiliki keresahan tentang *cybercrime*. Kemudian pada penelitian oleh (Haditya, 2020) menyatakan bahwa pengalaman dan keamanan *cybercrime* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Yogyakarta, sedangkan pengetahuan berpengaruh positif dan signifkan.

Riset terbaru *Kaspersky Lab* di tengah berkembangnya sistem keuangan di dunia maya, hasil data dari *Consumer Security Riks Survey By Kaspersky* 2017 yang dilakukan oleh B2B International dan Kaspersky Lab mengungkapkan bahwa 5% pengguna Internet di seluruh dunia kehilangan uang karena penipuan Internet dan rata-rata kerugiannya Rp 6 juta. Hal ini menunjukkan bahwa tren kejahatan dunia maya di perbankan mulai tumbuh tidak hanya melalui teknik konvesional tetapi juga melalui teknologi yang semakin maju.

Suatu kejahatan digital yang terjadi pada perbankan dapat menurunkan kepercayaan konsumen atau nasabah terhadap transaksi internet maupun elektronik. Sedangkan Industry perbankan merupakan industry yang berbasis kepercayaan, jika kepercayaan diragukan maka akan berakibat buruk bagi industry perbankan. Dalam hal ini variabel pengetahuan diteliti untuk diketahui berpengaruh positif atau negatif pada taraf signifikansi 5% secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* syariah di Kecamatan Pamijahan dan Cibungbuang. Kemudian variabel keamanan diteliti untuk diketahui berpengaruh positif atau negatif pada taraf signifikansi 5% secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* syariah di Kecamatan Pamijahan dan Cibungbuang. Selain itu, variabel pengalaman diteliti untuk diketahui berpengaruh positif atau negatif pada taraf signifikansi 5% secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* syariah di Kecamatan Pamijahan dan Cibungbuang. Selanjutnya variabel pengetahuan, keamanan, dan pengalaman diteliti untuk diketahui berpengaruh positif atau negatif pada taraf signifikansi 5% secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* syariah di Kecamatan Pamijahan dan Cibungbuang.

II. TINJAUAN PUSTAKA.

II.1. Bank Syariah.

Perbankan Syariah menurut agama Islam didasarkan kepada kaidah dalam ushul fikih, bahwa "*maa laa yatimm al-wajib illa bihi fa huwa wajib*" yang maksudnya yaitu jika maka sesuatu itu sempurna, maka sesuatu itu secara hukumnya menjadi waji misalnya melakukan kegiatan ekonomi adalah hal yang wajib. karena kegiatan ekonomi zamanm modern tidak akan lengkap atau sempurna tanpa adanya Lembaga Perbankan, maka pendirian Lembaga Perbankan kini menjadi suatu keharusan,

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

Dengan demikian, keterhubungan antara ajaran Islam dan perbankan menjadi jelas. (Nikensari, 2012:29)**.** **P**ara ahli memberikan pendapatnya, seperti Sudarsono, bahwa Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatannya meliputi penyediaan kredit dan layanan lainnya serta pembayaran dan peredaran uangnya dilakukan berdasarkan prinsip Syariah atau Islam. Menurut Perwataatmadja, Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip hukum Islam dan tata cara berdasarkan ketentuan Al-Qur'an dan Hadits.

Adapun fungsi utama bank syariah, sebagai berikut:

1. Penghimpun Dana Masyarakat.
   Bank Syariah berfungsi untuk mennghimpun dana-dana dari masyarakat atau nasabah yang kelebihan dananya. Dalam Bank Syariah biasa disebut akad al-wadiah yaitu Bank mengumpulkan dan menghimpun dari masyarakat dalam bentuk titipan Adapun akad al-mudharabah yaitu dalam bentuk investasi.
2. Penyalur Dana kepada Masyarakat.
   Fungsi lain dari bank syariah adalah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan memenuhi seluruh persyaratan yang berlaku.
3. Pelayanan Jasa Bank.
   Selain menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat, bank syariah juga memberikan layanan perbankan kepada nasabahnya. Layanan perbankan syariah ini disediakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam operasionalnya.

II.2. *E-Banking*.

Elektronik banking/internet banking adalah istilah yang menggambarkan semua transaksi di perusahaan, asosiasi, individu, dan bank. *Internet banking* adalah penyampaian layanan dan produk oleh bank secara langsung kepada nasabahnya menggunakan media elektronik dan saluran komunikasi interaktif yang memungkinkan nasabah swasta dan bisnis mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis atau memperoleh informasi tentang produk dan layanan. layanan perbankan melalui jaringan swasta, publik dan online.

Pada *e-banking* ada beberapa produk menurut (Hidayat, 2021:28-37) sebagai berikut:

1. *Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM) adalah terminal elektronik lembaga keuangan atau bisnis lain yang memungkinkan pelanggan memperoleh informasi saldo dan menarik uang. Dengan ATM, nasabah dapat melakukan transaksi pembayaran secara mandiri, tanpa bantuan teller atau petugas bank lainnya.
2. *Electronic Data Capture* (EDC) EDC merupakan terminal yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran debit/kartu kredit/tunai di merchant. Terminal terhubung ke jaringan komputer bank, EDC terdiri dari card reader data dan *magnetic stripe* atau *chip*, tombol menu dan angka untuk memasukkan jenis transaksi, nilai transaksi dan PIN, layar untuk melihat jenis dan nilai transaksi, serta printer untuk mencetak bukti transaksi.
3. *Internet banking* adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui Internet. Perbankanyang menggunakan teknologi Internet untuk melakukan

pembayaran dan memperoleh informasi lainnya melalui bank dan situs web.

4. *SMS banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung dari telepon genggam melalui SMS (*short message service*). Layanan bagi nasabah untuk menerima informasi setiap mutasi transaksi yang dilakukan nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang dikirimkan melalui sarana SMS. Pelanggan hanya dikenakan biaya SMS yaitu sebesar Rp. 500/pesan teks.
5. *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan telepon genggam atau smartphone.
6. *E-commerce* atau perdagangan elektronik adalah distribusi, pembelian, penjualan, distribusi barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti Internet atau televisi. Melalui *e-commerce*, pembeli dan penjual dapat melakukan perdagangan secara online
7. *Phone Banking* adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan atau memperoleh informasi perbankan melalui telepon dengan menghubungi nomor layanan bank. Tujuan layanan tersebut antara lain untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan melalui telepon.
8. *Video Banking* merupakan teknologi yang memungkinkan nasabah melakukan operasional perbankan dari jarak jauh dengan menggunakan perangkat khusus yang disediakan bank yang memungkinkan nasabah berkomunikasi dengan teller bank secara audio visual.

Menurut Clarke (2009:2), internet banking memiliki tiga dimensi, yaitu sebagai berikut:

1. Kepercayaan.
   Hal terpenting yang harus dipertimbangkan nasabah ketika berhadapan dengan *internet banking* adalah apakah nasabah mempercayai aktivitas yang berkaitan dengan penggunaan internet, terutama dalam hal keamanan.
2. Kenyamanan.
   Kemudahan penggunaan menjadi salah satu hal yang disukai pelanggan. Sebab dalam melakukan transaksi melalui *internet banking* biasanya nasabah mengalami kesulitan karena faktor keamanan, tidak mengetahui cara bertransaksi di *internet banking* dan cenderung mengurungkan niatnya. Di sisi lain, ada juga nasabah yang mencoba inisiatif tersebut karena mendapat informasi tentang *internet banking*.
3. Kualitas informasi.
   Informasi layanan yang terdapat dalam *internet banking* harus memenuhi kebutuhan nasabah. Ini dapat membantu pelanggan dengan pertanyaan dan mudah dimengerti.

II.3. Kejahatan Digital.

Menurut (Parker dikutip dari Hamzah 1993:18) kejahatan digital adalah suatu perbuatan atau kejadian yang berhubungan dengan teknologi komputer, dimana pelakunya mendapatkan keuntungan dari kerugian korbannya. Istilah kejahatan digital atau *cybercrime* adalah kegiatan kriminal yang menggunakan teknologi informasi dan jaringan komputer, biasanya menggunakan

perangkat komputer dan teknologi sejenis sebagai medianya.

Beberapa bentuk potensi *cybercrime* dalam kegiatan perbankan menurut (Kuncoro 2008: 8-10) antara lain, sebagai berikut:

1. *Typo site*, yaitu membuat nama domain dan alamat email yang mirip dengan situs resminya. Penulis memberi manfaat bagi pengguna internet dan kesalahan saat memasukkan alamat website yang Anda cari.
2. *Keylogger/ keystroke recorder*, yaitu aktivitas ini dilakukan oleh *software* atau *program keylogger*. Prinsip kerja perekam *keyboard* adalah merekam semua tindakan yang dilakukan pengguna Internet menggunakan huruf yang dimasukkan pada *keyboard*. Pengguna internet dapat memasukkan nomor identifikasi dan kata sandi saat menavigasi dunia maya, yang dapat dimanfaatkan oleh penjahat.
3. *Sniffin*, yaitu metode *sniffing* yang dilakukan pelaku adalah dengan memeriksa paket data internet yang digunakan pengguna untuk mendapatkan ID dan password yang sesuai.
4. *Brute Force Attacking*, yaitu upaya mencoba mencuri ID dan kata sandi dengan mencoba kemungkinan kombinasi.
5. *Web Deface: System Exploitation*, yaitu eksploitasi sistem dengan megganti tampilan awal dari sebuah situs resmi.
6. *Email Spamming*, yaitu dengan mengirimkan email kepada pemilik akun yang menawarkan produk atau menginformasikan bahwa pemilik akun telah memenangkan undian.
7. *Denial of service*, yaitu pemblokiran layanan melumpuhkan sistem elektronik dengan membanjiri akun atau sistem elektronik dengan data dalam jumlah besar.
8. *Virus, worm, trojan*, yaitu penyebaran virus komputer dilakukan untuk menyerang sistem komputer, memperoleh data, memanipulasi data atau tindakan lain yang dilakukan secara melawan hukum.

II.4. Kepercayaan Nasabah.

Kepercayaan merupakan penilaian terhadap seseorang dan hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan yang diharapkan dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian. Menurut Rofiq (2016:32) kepercayaan adalah kepercayaan suatu pihak tertentu kepada pihak lain dalam melakukan suatu hubungan transaksional yang didasari oleh keyakinan bahwa orang yang dipercaya tersebut mempunyai suatu kewajiban yang diharapkan dan diharapkan.

Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, dapat dikatakan bahwa kepercayaan jelas sangat berguna dan penting dalam membangun hubungan, meskipun menjadi pihak yang percaya tidaklah mudah dan membutuhkan kerja sama. Menurut Peppers dan Rogers, faktor-faktor berikut berkontribusi terhadap pembentukannya, sebagaimana dikutip oleh Donni Juni Priansa (2017:115) adalah sebagai berikut:

1. Berbagi nilai adalah inti dari pengembangan kepercayaan. Mitra hubungan dengan perilaku, tujuan, dan kebiasaan yang sama mempengaruhi kemampuan untuk mengembangkan kepercayaan. Sulit bagi partai politik untuk saling

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

percaya ketika kedua partai dan gagasannya bertentangan.
2. Ketergantungan (interdependensi) Ketergantungan pada pihak lain berarti kerentanan. Untuk mengurangi risiko, pihak yang tidak dipercaya menjalin hubungan dengan pihak yang dipercaya.
3. Kualitas komunikasi: Komunikasi yang terbuka dan teratur, baik formal maupun informal, dapat menyelaraskan harapan, menyelesaikan masalah, dan mengurangi ketidakpastian dalam suatu pertukaran. Komunikasi yang membangun kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi, yaitu tepat waktu, tepat waktu, dan dapat diandalkan. Komunikasi positif di muka membangun kepercayaan, yang pada gilirannya mengarah pada komunikasi yang lebih baik.

II.5. Pengetahuan.

Pengetahuan adalah suatu ungkapan yang digunakan untuk mengetahui apakah seseorang mengetahui tentang sesuatu. Apa yang diketahui manusia adalah selalu mengetahui dan mengetahui serta menjadi sadar akan apa yang ingin diketahuinya. Oleh karena itu, pengetahuan selalu mengharuskan subjek yang mempunyai kesadaran harus mengetahui sesuatu, dan objek yang ditemuinya adalah sesuatu yang ingin diketahuinya. Jadi dapat dikatakan bahwa pengetahuan adalah hasil seseorang dan pengetahuannya terhadap sesuatu, setiap orang serta tindakannya untuk memahami objek yang ditemuinya atau hasil usahanya seseorang memahami suatu objek tertentu.

Menurut Teguh (2000:132) dalam bukunya, Ada 3 jenis pengetahuan produk yaitu:

1. Mengetahui ciri atau karakteristik produk/jasa.
2. Informasi keunggulan produk/jasa.
3. Informasi kepuasan terhadap produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumenPengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa.

Pengetahuan setiap orang diungkapkan dan dikomunikasikan dalam kehidupan bersama dengan orang lain, baik melalui bahasa maupun melalui tindakan; dan dengan cara ini orang menjadi semakin kaya dengan mengenal satu sama lain. Selain tersimpan dalam pikiran dan/atau hati setiap orang, hasil pengetahuan manusia juga dapat disimpan dalam berbagai cara, seperti buku, kaset, disket, dan berbagai karya serta kebiasaan hidup masyarakat. Perilaku dalam aktivitas digital diatur dalam Undang-Undang (UU) No. 19 Tahun 2016. Perubahan Informasi dan Transaksi Elektronik 11 Tahun 2008 yang mengatur berbagai ketentuan penyelenggaraan kegiatan digital seperti media sosial, belanja online, pembayaran online atau kegiatan digital lainnya. Faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah pendidikan, paparan media sosial, sosial ekonomi atau pendapatan, hubungan sosial, pengalaman.

II.6. Keamanan.

Keamanan adalah hal yang mutlak dalam memberikan kenyamanan pada pengguna (konsumen) yang disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan maupun keduanya dan keamanan meningkatkan kepercayaan konsumen (*customer trust*), dan berujung pada peningkatan jumlah penjualan. Suatu produk akan mempengaruhi seseorang terhadap ekspektasi orang tersebut dalam menggunakan produk. Perkembangan produk baru berbasis teknologi menjadikan keamanan menjadi faktor penting untuk dipertimbangkan. (Pratama, 2015:29)

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

Menurut Raman dan Vishwanathan (2011: 56), indikator keamanan terbagi menjadi 2 yaitu

1. Kerahasiaan atau Privasi.
   Kerahasiaan sebagai hak seseorang untuk dibiarkan sendiri dan dapat memiliki kontrol atas aliran dalam pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri. Perlindungan data pribadi pelanggan terhadap ancaman keamanan dan kontrol informasi dalam lingkungan online.
2. Jaminan Keamanan.
   Faktor yang mempengaruhi kepercayaan penting dalam melindungi privasi dan informasi pribadi karena ketika pengguna merasa privasi dan keamanan informasi pribadinya terancam, pengguna tidak akan melakukan transaksi online digital. Salah satu perlindungan privasi dan data pribadi berkaitan dengan pemrosesan data pribadi, termasuk data sensitif pengguna, yang jika dibagikan kepada pihak yang tidak bertanggung jawab, dapat menyebabkan kerugian finansial bahkan membahayakan keamanan pemiliknya. Ancaman terhadap privasi dan lemahnya perlindungan data pribadi berhubungan langsung dengan pertumbuhan ekonomi akibat belanja *online*.

II.7. Pengalaman.

Menurut Rini (2009:16) pengalaman konsumen mencakup panca indera, hati dan pikiran yang dapat menempatkan pembelian suatu produk atau jasa dalam konteks kehidupan yang lebih luas. Shaw dan Ivens (2007:8) menyatakan bahwa pengalaman pelanggan memiliki dua elemen yaitu fisik dan emosional. Selain itu Shaw dan Ivens menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan tidak dipengaruhi hanya oleh satu elemen/aspek saja, namun merupakan gabungan dari beberapa aspek, sehingga komponen tersebut dapat dikelompokkan menjadi lima dimensi pengalaman pelanggan sebagai jenis pendekatan yang diterapkan. perusahaan dapat menawarkan pengalaman kepada konsumennya.

Terdapat beberapa kategori pada *customer experience*, seperti halnya Robinnete dan Brand (2008:64) yang membagi *experience* kedalam beberapa kategori, yaitu:

1. *Experience in Product:* Produk pengalaman merupakan pengalaman yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa. Pengalaman adalah salah satu kekuatan produk. Hal ini menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan memberikan produk atau jasa sebanyak-banyaknya kepada konsumen, maka konsumen akan mempunyai pengalaman yang baik terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya.
2. *Experience in Environment:* Pengalaman lingkungan adalah kemampuan perusahaan untuk menawarkan pengalaman total kepada konsumen. Lingkungan bisnis merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman konsumen. Hal ini dikarenakan lingkungan/tempat merupakan wahana untuk mengenalkan konsumen pada pengalamannya secara keseluruhan dan juga merupakan tempat komunikasi yang paling mudah terlihat (visible) dan paling interaktif.
3. *Experience in Loyalty Communication:* Kenyamanan konsumen menjadi salah satu faktor penentu dalam memberikan pengalaman konsumen. Kesempatan terbaik untuk menyenangkan konsumen adalah

ketika konsumen telah menerima pelayanan. Kebanyakan perusahaan menawarkan pengalaman konsumen hanya pada tingkat perusahaan, meskipun terkadang konsumen menginginkan sesuatu yang lebih, sehingga konsumen mempercayai layanan tersebut dan menciptakan tingkat loyalitas konsumen yang tinggi.

4. *Experience in custumer service and* sosial: Pengalaman merupakan kombinasi antara pelayanan perusahaan dan harapan konsumen. Karyawan merupakan faktor penting dalam menentukan pengalaman konsumen karena karyawan merupakan salah satu faktor yang mendorong konsumen mempercayai suatu merek atau membuat konsumen menerima atau menolak suatu perusahaan dan merek. Penafsirannya didasarkan pada kemampuan melayani karyawan dan konsumen.
5. *Experience in Events:* Acara yang diadakan oleh perusahaan dapat menawarkan pengalaman kepada konsumen. Berkat banyaknya acara yang diselenggarakan oleh perusahaan, perusahaan dapat mengundang konsumen untuk berpartisipasi dalam acara tersebut. Dengan cara ini konsumen memperoleh informasi yang jelas mengenai produk atau jasa sehingga konsumen dapat mempunyai pengalaman terhadap produk atau jasa tersebut

III. METODE PENELITIAN.

III.1. Jenis Penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif, data yang berupa angka-angka yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi responden data kuantitatif lebih mudah dimengerti karena disimpulkan dengan angka-angka.

III.2. Tempat dan Waktu Penelitian.

Lokasi pada penelitian ini dilakukan pada masyarakat atau nasabah Bank Syariah di Kecamatan Pamijahan dan Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor. Penelitian ini merunjuk pada preferensi masyarakat atau nasabah Bank Syariah pengguna *e-banking* syariah yang memiliki pengetahuan, keamanan, dan pengamalan terkait kejahatan digital pada saat menggunakan *e-banking* syariah. Hal ini penelitian bertujuan untuk mengetahui dan meneliti pengaruh kejahatan digital pada masyarakat atau nasabah Bank Syariah di Kecamatan Pamijahan dan Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor dan kepercayaan menggunakan *e-banking* syariah.

III.3. Objek Penelitian.

Objek penelitian ini menggambarkan dua variabel, yaitu variabel bebas (variabel yang mempengaruhi variabel lain) yaitu variabel kejahatan digital pada Perbankan Syariah pada penelitian ini menyoroti tiga variabel kejahatan digital yaitu pengetahuan, keamanan, pengalaman nasabah ditandai dengan simbol (X) dan variabel terikat (variabel penelitian yang diukur untuk mempengaruhi besarnya efek atau pengaruh variabel lain) yaitu variabel kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* syariah ditandai dengan simbol (Y).

III.4. Pengumpulan Data.

Untuk memperoleh data- data yang dibutuhkan dalam penelitian, maka digunakan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang diterapkan dengan

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner merupakan teknologi informasi yang efektif ketika peneliti mengetahui secara pasti variabel mana yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden.

Sumber penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari sumber asli yaitu nasabah bank syariah pengguna fasilitas dan layanan *e-banking* syariah yang bersedia dijadikan sebagai responden untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan yang akan diajukan, dalam hal ini peneliti menggunakan teknik kuesioner yang dimana akan memberikan pertanyaan kepada responden untuk menjawab sebenar-benarnya. populasi merujuk pada seluruh objek atau subjek yang berada di suatu wilayah dan memenuhi persyaratan tertentu dari peneliti dan masalahnya. Populasinya adalah seluruh objek yang menjadi objek penelitian, dalam penelitian ini nasabah pengguna *internet banking* syariah di Kecamatan Pamijahan dan Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* yaitu suatu metode pengambilan sampel yang mengambil kasus atau responden yang kebetulan hadir atau bersedia sesuai dengan isi penelitian.

III.5. Metode Analisis Data.

III.5.1. Uji Validitas.

Uji validitas adalah adalah uji yang digunakan untuk mengukur instrumen dalam kuisioner tersebut dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut (Sugiyono, 2017:125) menunjukkan derajat keakuratan antara informasi yang sebenarnya ada tentang subjek penelitian dengan informasi yang dikumpulkan peneliti.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 for Windows dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika rhitung > rtabel maka pernyataan tersebut dinyatakn valid.
2. Jika rhitung < rtabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
3. Nilai rhitung dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.

III.5.2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas mempunyai keunggulan sebagai suatu teknik untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen yang digunakan dapat menghasilkan hasil yang konsisten pada waktu yang berbeda, dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r-alpha positif dan lebih besar dari rtabel, maka klaim tersebut reliabel
2. Jika r-alpha negatif dan kurang dari rtabel, maka klaim tersebut tidak dapat diandalkan.
    a. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka reliabel
    b. Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka tidak reliabel.

III.5.3. Uji Asumsi Klasik.

III.5.3.1. Uji Normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak, normal disini maksudnya sebaran data normal. Data dengan distribusi normal dapat diterima dan cocok pada penelitian ini dan dapat dikatakan normal jika nilai probability value atau sig > 0,05. Uji t dan uji f mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

III.5.3.2. Uji Linieritas.

Tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak signifikan. Uji linearitas memberikan informasi apakah model empiris harus linier, kuadrat, kubik (Ghozali, 2011: 166). Uji linearitas ditampilkan pada output SPSS pada kolom linearitas tabel ANOVA pada tingkat signifikansi 0,05. Variabel mempunyai hubungan linier jika signifikansinya <0,05.

III.5.3.3. Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinearitas adalah adanya hubungan linier sempurna antara beberapa atau seluruh variabel. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independent, salah satu metode untuk mendeteksi multikolinearitas adalah sebagai berikut.

1. Besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10
2. Besaran kolerasi antar variabel idependen pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah koefisien antar variabel idependen haruslah lemah (dibawah 95%). Jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinieritas dan jika ada variabel idependen yang terkena multikolinieritas, maka penanggulannya adalah salah satu variabel tersebut dikeluarkan.

III.5.3.4. Uji Heteroskedastisitas,

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketimpangan antara observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residualnya konstan dari pengamatan ke pengamatan, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut (Singgih Santoso 2005: 210) uji heteroskedastisitas adalah apakah penyebaran mempunyai pola tertentu. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

III.5.3.5. Uji Regresi Linier Berganda.

Regresi berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2, X3). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk mmemprediksi nilai variabel tak bebas apabila nilai-nilai variabel bebasnya (X1, X2, X3) diketahui, disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel-variabel bebasnya.

Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh:

$Y = \alpha + ß1X1 + ß2X2 + ß3X3 + \varepsilon$

Keterangan:

Y = kepercayaan nasabah
α = konstanta
ß1 ß2 = koefisien regresi
X1 = pengetahuan
X2 = keamanan
X3 = pengalaman
ε = nilai eror

III.5.3.6. Uji t (Uji Parsial).

Uji t ini menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Apabila thitung lebih besar atau sama dengan ttabel pada taraf signifikansi 5% atau 0,05 berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara individual. Sebaliknya apabila thitung lebih kecil dari ttabel pada taraf signifikansi 5% berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. kriteria pengujian sebagai berikut:

1. thitung > ttabel atau signifikasi < 0,05 Ho ditolak dan Hi diterima, artinya variabel idependen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. thitung < ttabel atau signifikasi > 0,05. Ho diterima dan Hi ditolak, artinya variabel idependen tidak berpengaruh variabel dependen secara signifikan

III.5.3.6. Uji F (Uji Simultan).

Uji F atau uji simultan pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan ialah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikannya < 0,05 maka variabel idependen akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan kesimpulan pada uji F adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai Fhitung > Ftabel dan jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima, artinya variabel idependen secara simultan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. Apabila nilai Fhitung < Ftabel dan jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak, artinya variabel idependen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

III.5.3.7. Uji Koefisien Determinasi (R2).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol sampai satu, berikut penjelasannya:

1. Jika mendekati 0, berarti variabel independen tidak mampu menjelaskan persentase pengaruhnya terhadap variabel dependen.
2. Jika mendekati 1, berarti variabel independen mampu menjelaskan persentase pengaruhnya terhadap variabel dependen

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

IV.1. Uji Validitas.

Tabel IV.1. Tabel Hasil Uji Validitas.

Variabel	Item Soal	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Alpha 5%	Kesimpulan
Variabel Pengetahuan (X1)	X1P1	0.439	0.196	0.000	0.05	Valid
	X1P2	0.294	0.196	0.003	0.05	Valid
	X1P3	0.445	0.196	0.000	0.05	Valid
	X1P4	0.528	0.196	0.000	0.05	Valid
	X1P5	0.418	0.196	0.000	0.05	Valid
Variabel Pengalaman (X3)	X2P1	0.528	0.196	0.000	0.05	Valid
	X2P2	0.567	0.196	0.000	0.05	Valid
	X2P3	0.485	0.196	0.000	0.05	Valid
	X2P4	0.437	0.196	0.000	0.05	Valid
	X2P5	0.431	0.196	0.000	0.05	Valid
Variabel Pengalaman (X3)	X3P1	0.288	0.196	0.004	0.05	Valid
	X3P2	0.402	0.196	0.000	0.05	Valid
	X3P3	0.371	0.196	0.000	0.05	Valid
	X3P4	0.545	0.196	0.000	0.05	Valid
	X3P5	0.573	0.196	0.000	0.05	Valid
Variabel Kepercyaan Nasabah (Y)	YP1	0.597	0.196	0.000	0.05	Valid
	YP2	0.526	0.196	0.000	0.05	Valid
	YP3	0.606	0.196	0.000	0.05	Valid
	YP4	0.534	0.196	0.000	0.05	Valid
	YP5	0.578	0.196	0.000	0.05	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

Berdasarkan tabel data di atas, diketahui bahwa semua item penelitian baik pada variabel dependen maupun variabel idependen memiliki nilai signifikasi yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan dapat dilihat pada tabel diperoleh semua nilai rhitung pada penelitian ini lebih besar dari rtabel 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada penelitian dikatakan valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

IV.2. Uji Reabilitas.

Tabel IV.2. Tabel Hasil Ujia Reabilitas.

Variabel	Nilai *Cronbach's Alpha*		Kesimpulan
Pengetahuan (X1)	0.703	0.60	Reliabel
Keamanan (X2)	0.707	0.60	Reliabel
Pengalaman (X3)	0.720	0.60	Reliabel
Kepercayaan Nasabah (Y)	0.822	0.60	Reliabel

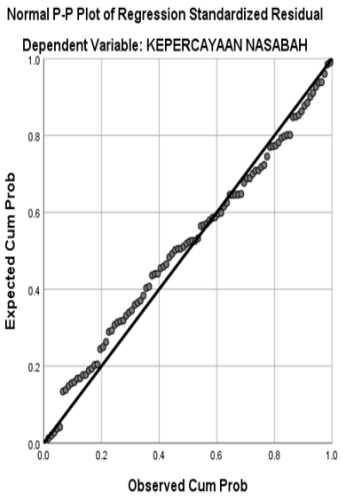
Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan tabel di atas, kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha hasil uji SPSS 26 yaitu 0.815 > 0.60, dan pada tabel hasil variabel masing-masing diketahui lebih besar dari 0,60 artinya semua item pertanyaan kuesioner pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

IV.3. Uji Asumsi Klasik.

IV.3.1. Uji Normalitas.

Tabel IV.3. Tabel Hasil Uji Normalitas.



Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Pada gambar terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu, berdasarkan gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria normalitas.

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

IV.3.2. Uji Linieritas.

IV.3.2.1. Uji Linieritas Pengaruh Pengetahuan terhadap Kepercayaan Nasabah.

Tabel IV.4. Tabel Hasil Uji Linieritas.

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPERCAYAAN * KEAMANAN	Between Groups	(Combined)	273.830	15	18.255	1.492	.127
		Linearity	141.169	1	141.169	11.540	.001
		Deviation from Linearity	132.661	14	9.476	.775	.693
	Within Groups		1027.610	84	12.233		
	Total		1301.440	99			

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan data tabel di atas menunjukan nilai signifikansi pada linierity untuk variabel pengetahuan kejahatan digital adalah 0,000 kurang dari 0,05, artinya dapat disimpulkan bahwa antara pengetahuan kejahatan digital dengan kepercayaan nasabah memiliki hubungan yang linier.

IV.3.2.2. Uji Linieritas Pengaruh Keamanan terhadap Kepercayaan Nasabah.

Tabel IV.5. Tabel Hasil Uji Linieritas.

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPERCAYAAN * PENGETAHUAN	Between Groups	(Combined)	475.858	13	36.604	3.813	.000
		Linearity	204.350	1	204.350	21.287	.000
		Deviation from Linearity	271.508	12	22.626	2.357	.011
	Within Groups		825.582	86	9.600		
	Total		1301.440	99			

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan data tabel di atas menunjukan nilai signifikansi pada linierity untuk variabel keamanan kejahatan digital adalah 0,001 kurang dari 0,05 artinya dapat disimpulkan bahwa antara keamanan kejahatan digital dengan kepercayaan nasabah memiliki hubungan yang linier.

IV.3.2.3. Uji Linieritas Pengaruh Pengalaman terhadap Kepercayaan Nasabah.

Tabel IV.6. Tabel Hasil Uji Linieritas.

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPERCAYAAN * PENGALAMAN	Between Groups	(Combined)	375.239	17	22.073	1.954	.024
		Linearity	108.705	1	108.705	9.624	.003
		Deviation from Linearity	266.534	16	16.658	1.475	.129
	Within Groups		926.201	82	11.295		

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

	Total	1301.440	99			

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan data tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi pada linierity untuk variabel pengalaman kejahatan digital adalah 0,003 kurang dari 0,05 artinya dapat disimpulkan bahwa antara pengalaman kejahatan digital dengan kepercayaan nasabah memiliki hubungan yang linier.

IV.3.3. Uji Multikolinieritas.

Tabel IV.7. Tabel Hasil Uji Multikolinieritas.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.819	2.331		2.496	.014		
	PENGETAHUAN	.381	.111	.335	3.444	.001	.827	1.210
	KEAMANAN	.134	.098	.136	1.362	.176	.786	1.273
	PENGALAMAN	.220	.080	.251	2.760	.007	.944	1.059

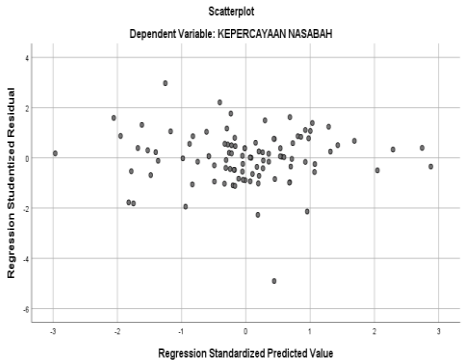
a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN NASABAH

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan data tabel *output coefficients* pada bagian *collinearity statistics* diketahui nilai *tolerance* untuk variabel pengetahuan (X1) adalah 0,827 > 0,10, variabel keamanan (X2) adalah 0,786 > 0,10, dan variabel pengalaman (X3) adalah 0,944 > 0,10. Sementara nilai VIF untuk variabel pengetahuan (X1) adalah 1,210 < 10, untuk variabel keamanan (X2) adalah 1,273 < 10, dan untuk variabel pengalaman (X3) adalah 1,059 < 10, maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolonieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam penelitian ini.

IV.3.4. Uji Heteroskedasitas.

Tabel IV.8. Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas.



Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat dari hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan *scatter plot* menunjukan titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0, tidak berkumpul di atas dan dibawah saja dan tidak membentuk pada tertentu. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian.

IV.4. Uji Linier Regresi Berganda.

Tabel IV.9. Tabel Hasil Uji Linier Regresi Berganda.

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.819	2.331		2.496	.014
PENGETAHUAN	.381	.111	.335	3.444	.001
KEAMANAN	.134	.098	.136	1.362	.176
PENGALAMAN	.220	.080	.251	2.760	.007

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN NASABAH

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, dapat dilihat persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan sebagai berikut.

$Y = \alpha + ß1X1 + ß2X2 + ß3X3 + e$

Y = 5,819 + 0,381 Pengetahuan + 0,134 Keamanan + 0,220 Pengalaman

Dari hasil uji analisis di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (α).
   Nilai konstanta positif sebesar 5,819 artinya jika variabel pengetahuan, keamanan, pengalaman tidak ada maka variabel kepercayaan nasabah adalah sebesar 5,819.
2. Pengetahuan terhadap kepercayaan nasabah.
   Koefisien regresi pada variabel pengetahuan sebesar 0,381 artinya setiap kenaikan satu satuan variabel pengetahuan kejahatan digital akan meningkatkan kepercayaan nasabah sebesar 0,381 dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan variabel pengetahuan kejahatan digital, akan menurunkan kepercayaan nasabah sebesar 0,381 dengan anggapan bahwa variabel keamanan dan pengalaman tetap.
3. Keamanan terhadap kepercayaan nasabah.
   Koefisien regresi pada variabel keamanan sebesar 0,134 artinya setiap kenaikan satu satuan variabel keamanan kejahatan digital akan meningkatkan kepercayaan nasabah sebesar 0,134 dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan variabel keamanan kejahatan digital, akan menurunkan kepercayaan nasabah sebesar 0,134 dengan anggapan bahwa variabel pengetahuan dan pengalaman tetap.
4. Pengalaman terhadap kepercayaan nasabah.
   Koefisien regresi pada variabel pengalaman sebesar 0,220 artinya setiap kenaikan satu satuan variabel pengalaman kejahatan digital akan meningkatkan kepercayaan nasabah sebesar 0,220 dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan variabel pengalaman kejahatan digital, akan menurunkan kepercayaan nasabah sebesar 0,220 dengan anggapan bahwa variabel pengetahuan dan keamanan tetap.

IV.5. Uji t (Uji Parsial).

Tabel IV.10. Tabel Hasil Uji t.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.819	2.331		2.496	.014		
	PENGETAHUAN	.381	.111	.335	3.444	.001	.827	1.210
	KEAMANAN	.134	.098	.136	1.362	.176	.786	1.273
	PENGALAMAN	.220	.080	.251	2.760	.007	.944	1.059

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN NASABAH

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan tabel uji parsial (uji t) *coefficients* di atas, pengaruh masing - masing variabel idependen yaitu pengetahuan, keamanan,dan pengalaman terhadap variabel dependen yaitu kepercayaan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Melalui nilai signifikansi (sig).
   Jika melihat pada tabel coeffisiens di atas maka terdapat 2 pernyataan yang perlu disimpulkan, yaitu:
   a. Nilai signifikansi (sig) untuk variabel pengetahuan (X1) 0.001 < probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Hi diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial antar variabel pengetahuan. (X1)

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

Terhadap kepercayaan nasabah (Y).

b. Nilai signifikansi (sig) untuk variabel keamanan (X2) 0.176 > probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan Ho diterima dan Hi ditolak Artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antar variabel keamanan (X2) Terhadap kepercayaan nasabah (Y).

c. Nilai signifikansi (sig) untuk variabel Pengalaman (X3) 0.007 < probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Hi diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel pengalaman (X3) Terhadap kepercayaan nasabah (Y).

2. Melalui nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} (uji t). t_{tabel} = (alpha/2;n -k1) = (0.025/;3-1) = (0.025;95) = 1.661. Jika melihat kepada tabel *coefisien* di atas maka terdapat 3 pernyataan yang perlu disimpulkan dalam pernyataan uji t_{tabel} dan t_{hitung}, yaitu;

   a. Nilai t_{hitung} untuk variabel pengetahuan (X1) sebesar 3.444 > 1.661 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Hi diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antar variabel pengetahuan (X1) terhadap kepercayaan nasabah (Y).

   b. Nilai t_{hitung} untuk variabel keamanan (X2) sebesar 1.362 < 1.661 (t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}) maka dapat disimpulkan Ho diterima dan Hi ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antar variabel keamanan (X2) terhadap kepercayaan nasabah (Y).

   c. Nilai t_{hitung} untuk variabel pengalaman (X3) sebesar 2.760 > 1.661 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Hi diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antar variabel pengalaman (X3) terhadap kepercayaan nasabah (Y).

IV.6. Uji f (Uji Simultan).

Tabel IV.11. Tabel Hasil Uji f.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.338	3	108.446	10.666	.000[b]
	Residual	976.102	96	10.168		
	Total	1301.440	99			

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), PENGALAMAN, PENGETAHUAN, KEAMANAN

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan data tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 10,666, sedangkan nilai F_{tabel} distribusi dengan tingkat kesalahan 0,05 adalah sebesar 2,70. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ (10.66 > 2.70) dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Perhitungan tersebut menunjukan bahwa variabel pengetahuan, keamanan, dan pengalaman kejahatan digital secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* syariah.

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

IV.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Tabel IV.12. Tabel Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500[a]	.250	.227	3.189
a. Predictors: (Constant), PENGALAMAN, PENGETAHUAN, KEAMANAN				
b. Dependent Variable: KEPERCAYAAN NASABAH				

Sumber: Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,500 artinya terdapat hubungan yang positif sebesar 50.0 % yang menunjukan bahwa variabel pengetahuan, keamanan, pengalaman mengenai kejahatan digital dengan kepercayaan nasabah pengguna *e-banking* adalah sedang. Sedangkan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,227 atau 22,7%. Hal ini berarti bahwa variabel idependen (pengetahuan, keamanan, pengalaman) kejahatan digital mempengaruhi variabel dependen (kepercayaan nasabah) pengguna *e-banking* syariah dengan nilai 22,7%, sedangkan sisanya 77,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. SIMPULAN.

Berdasarkan pemaparan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini dapat menghasilkan beberapa kesimpulan anatara lain sebagai berikut:

1. Hasil pengujian untuk pengetahuan secara parsial (Uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,444 > 1,666) dan nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi (α = 5%) yaitu (0,001 < 0,05). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pengetahuan (X_1) berpengaruh positif pada taraf signifikansi (α = 5%) secara parsial terhadap variabel kepercayaan Nasabah pengguna *e-banking* syariah (Y), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Hasil pengujian untuk keamanan secara parsial (Uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,362 < 1,666) dan nilai probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi (α = 5%) yaitu (0,176 > 0,05). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel keamanan (X_2) tidak berpengaruh positif pada taraf signifikansi (α = 5%) secara parsial terhadap variabel kepercayaan Nasabah pengguna *e-banking* syariah (Y), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
3. Hasil pengujian untuk penngalaman secara parsial (Uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,760 > 1,666) dan nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi (α = 5%) yaitu (0,007 < 0,05). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pengalaman (X_3) berpengaruh positif pada taraf signifikansi (α = 5%) secara parsial terhadap variabel kepercayaan Nasabah pengguna *e-banking* syariah (Y), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
4. Dari hasil pengujian secara simultan (Uji F) diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. (0,000 < 0,05), dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (10,66 > 2,70), artinya variabel pengetahuan (X_1), Keamanan (X_2), pengalaman (X_3) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif pada taraf signifikansi (α = 5%) terhadap kepercayaan Nasabah pengguna *e-banking* syariah (Y). Maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka rumusan masalah penelitian

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

sebagaimana yang dirumuskan pada bab I terdahulu sudah terjawab.

DAFTAR PUSTAKA.

Niken, Sri Indah. 2012. *Perbankan Syariah: Prinsip, Sejarah dan Aplikasinya.* Semarang: PT. Pustakan Rizki Putra.

Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah.* Depok: PT. Rajagrafindo Persada,

Sudarsono, Heri. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.

Afghani, Moh Faqih. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Keamana, Persepsi Risiko,Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya.* Surabaya: Jurnal Of Business And Banking. Vol. 6, No. 1.

Arofah, Nida Rifa. Priatnasari, Yeni. 2020. *Internet Banking dan Cyber Crime: sebuah studi kasus di perbankan nasional.* Tegal: Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia. Vol. 18, No. 2, hal 107-119.

Ansori, Aan. 2017. *Penerapan E-Banking Syariah Pada System Informasi Manajemen Perbankan Syariah.* Sultan Maulana Hasanudin Banten: Jurnal Banquesyar'i. Vol. 3, No. 1 Januari Juni.

Aushaf Imam. 2020. *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. (Studi pada Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung).

Basoeky, Unggul. Panggabean, Suvriadi. Manu, Geler Apriandy. Dkk. 2021. *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek kehidupan Masyarakat.* Bandung: Vol. 175 Cv. Media Sains Indonesia.

Bohme, Rainer dan Moore, Tyler. 2012. *How Do Consumers React To Cybercrime?* E-Crime Researchers Summit. Dollas, Texas.

Hendarsyah, Decky. 2019. *Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan.* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis.

Indah, Dewi Rosa. 2016. *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BTN 46 Cabang Langsa.* Langsa: Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 5, No. 2, November. Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra.

Kartika. 2020. *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking di PT. Bank Tabungan Negara Parepare.* IAIN Parepare.

E-ISSN: 2808-7402
P-ISSN: 2808-4381

Setiawan, wawan. 2017. *Era digital dan tantangannya.* Universitas Pendidikan Indonesia. Seminar Nasional Pendidikan.

Sulisrudatin, Nunuk. *Analisa Kasus Cybercrime Bidang Perbankan Berupa Modus Pencurian Data Kartu Kredit.* Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma.

Suryani. 2012. *System Perbankan Islam di Indonesia Sejarah dan Prospek Pengembangan.* STAIN Malikussaleh lhokseumawe. Lhokseumawe: Jurnal Ekonomi Islam dan Bank. Vol. 3, No 1, Juli.

Supriadi, Ismawati. 2020. *Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah.* Uin Alauddin Makassar. Makassar: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 3, No 1, Hal 41-50.

Subaidi. 2018. *Peran dan Fungsi Perbankan Syariah Perspektif Sosio-Kultur*. Universitas Ibrahimy Sukorejo Situbondo. Vol. 2, No. 2, 116-117.

Muhith, Abdul. 2012. *Sejarah Perbankan Syariah*. Bojonegoro: Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan. Vol. 1, No. 2, hal 69-84.

Utama, Andyan Pradipta. 2021. *Keputusan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jakarta: jurnal IKRA-ITH Ekonomi. Vol. 4, No. 2. 82.

Salim, Kenny Febrina. Catherine. *Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tx Travel Klampis*. Surabaya : Jurusan Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra. 121-131.

Asmirayani. 2016. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Online.* Makassar: Universitas Muhammaadiyah Makasar .

Fitriani, Ajeng. 2019. Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah. Institut Agama Islam Negeri Metro.

Fitri, Julianda. 2021. *Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime Terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah.* Aceh: Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh.

Haditya, Faturrahman. 2020. *Pengaruh Cyber Crime Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk E-Banking (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah di Wilayah Yogyakarta).* Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Putri, Syilvia Pratama. 2020. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah dari Cyber Crime Terhadap Kepercayaan Pengguna Internet Banking.* Bukit Tinggi: Institut Agama Islam Negeri Bukit Tinggi.

Wahyuni, Septi. 2020. *Pengaruh Diskon Musiman Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian pada Shopee.* Universitas Muhammadiyah Pringsewu.

Wellasari, 2016. *Pemahaman Mahasiswa Tentang Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah.* IAIN Palopo.