

**PENGARUH CYBER CRIME DAN TINGKAT
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PENGGUNAAN
PRODUK E-BANKING
(STUDI PADA MAHASISWA IAIN KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Diajukan oleh

MUTMA'INNAH

1904020084

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**PENGARUH CYBER CRIME DAN TINGKAT
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PENGGUNAAN
PRODUK E-BANKING
(STUDI PADA MAHASISWA IAIN KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Diajukan oleh

MUTMA'INNAH

1904020094

Pembimbing

Hendra Safri, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutma'innah

Nim : 19 0402 0084

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 Juli 2023

Yang membuat pernyataan

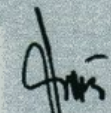
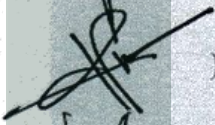
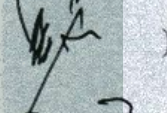
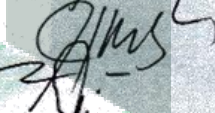

Mutma'innah
19 0402 0084

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh *Cyber Crime* dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk E-Banking yang ditulis oleh Mutma'innah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0402 0084, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 13 Oktober 2023 Miladiyah bertepatan dengan 27 Rabi'ul Awal 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 16 Oktober 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Ishak, S.E.I., M.E.I. | Penguji I | () |
| 4. Akbar Sabani, S.E.I., M.E. | Penguji II | () |
| 5. Hendra Safri, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 19820124 200901 1 006

Ketua Prodi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP. 19891207 201903 1 005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالصَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَلَمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ، اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى عَلِيِّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ وَعَلَى آلِهِ مُحَمَّدًا.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Cyber Crime* dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk *E-Banking* (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kota Palopo).” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tua saya ibu dan bapak tercinta Akmaldan Ardianayang telah mengasuh dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang sejak kecil sampai sekarang, sungguh peneliti sadari tidak mampu untuk membalas semua ini, hanya do'a yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah Swt. serta selalu mendoakan serta selalu mendoakan peneliti setiap saat memberikan

banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Munir Yusuf, M.Pd., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Masruddin, S.S.,M.Hum dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Mustaming, S.Ag., M. HI., yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palopo. .
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bini Islam, Dr. Hj. Anita Marwing, M.HI., beserta Ibu Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Fasiha, M.EI., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A.
3. Abu Bakar, S.Pd.I., M.Pd., selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
4. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Edi Indra Setiawan S.E., M.M., dan sekretaris program studi Perbankan Syariah, Mursyid, S.Pd., M.M., beserta staf yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Hendra Safri, S.E., M.M., selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Ishak, S.EI., M.EI., dan Akbar Sabani, S.EI., M.E., selaku dosen penguji I dan II, yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Hendra Safri, S.E., M.M., selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama ini sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, beserta seluruh staf yang telah membantu dalam pelayanan akademik..
9. Kepada seluruh teman seperjuangan yang senantiasa membantu dan mensupport saya dalam menyelesaikan Skripsi ini khususnya seluruh teman dari kelas PBS B angkatan 19.

Kepada teman-teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah terkhususnya angkatan 19, yang selama ini memberikan semangat dan support, selama proses pembelajaran di IAIN Palopo.

Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegangan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik, karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Semoga bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah Swt. Aamiin

Palopo, 9 Oktober 2023

Peneliti

Mutma'innah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa'	Ṡ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah

ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

ي	Ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اَيَّ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اَوَّ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعَمُّ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *kasrah* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf

kasrah

عِ

(عِ) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ

: ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau A’ly)

عَرَبِيٌّ

: ‘Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma’rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang

ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ

: *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ

: *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ

: *al-falsafah*

الْبِلَادُ

: *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
النَّوْعُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ دِينُ اللَّهِ

dīnullāh billāh

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūft

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

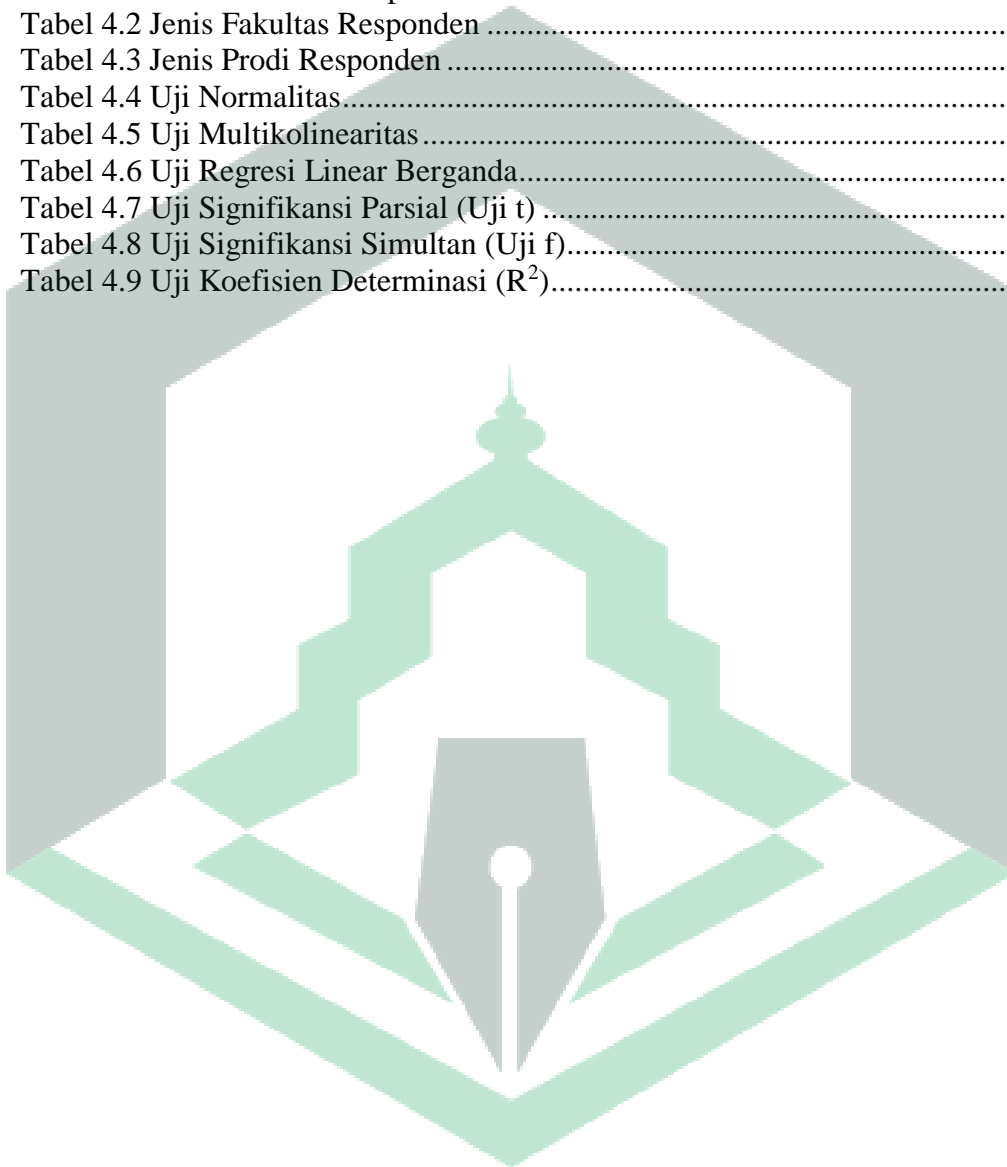
Swt.	: <i>Subhanahu wa ta 'ala</i>
Saw.	: <i>Sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
as	: <i>'alaihi al-salam</i>
H	: Hijrah
M	: Masehi
SM	: Sebelum Masehi
I	: Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	: Wafat tahun
QS .../...:4	: QS al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4
HR	: Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	8
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Pikir.....	36
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
C. Defenisi Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian.....	48
B. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Uji Validitas	43
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2 Jenis Fakultas Responden	49
Tabel 4.3 Jenis Prodi Responden	50
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.7 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	54
Tabel 4.8 Uji Signifikansi Simultan (Uji f).....	56
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	52



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Respondem
- Lampiran 3 Hasil Uji Valditas dan Reliabilitas Variabel
- Lampiran 4 Distribusi R Tabel
- Lampiran 5 Distribusi T Tabel
- Lampiran 6 Distribusi F Tabel
- Lampiran 7 Dokumentasi Pengisian Kuesioner



ABSTRAK

Mutma'innah, 2023, "Pengaruh Cyber Crime dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk E-Banking (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kota Palopo)". Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Hendra Safri.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Cyber Crime dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk E-Banking (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kota Palopo). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Cyber Crime dan tingkat kepercayaan secara parsial dan simultan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk E-banking pada mahasiswa IAIN Kota Palopo. Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa IAIN Kota Palopo pengguna produk *e-banking* yang jumlah populasinya tidak diketahui. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden dengan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan teknik pengambilan *Sampling Insidental*. Data diperoleh melalui kuesioner baik secara offline maupun online. Selanjutnya, data penelitian ini dianalisis data dengan uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Cyber Crime* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y) dengan nilai t-hitung sebesar $1,955 > t\text{-tabel } 1,661$; Tingkat Kepercayaan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan produk *E-banking* (Y) dengan nilai t-hitung $13,050 > t\text{-tabel } 1,661$. *Cyber crime* dan tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y) pada mahasiswa IAIN kota Palopo. Pengaruh yang diberikan *Cyber crime* dan tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *E-banking* sebesar 78,1% sedangkan sisanya 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Cyber Crime*, Tingkat Kepercayaan, Pengambilan Keputusan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan bisa diartikan sebagai salah satu badan usaha finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat banyak. Lembaga perbankan di Indonesia terdiri atas Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Pengkreditan Rakyat mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan di pasar global.¹

Bank merupakan lembaga intermediasi yang sangat penting bagi kelancaran sistem ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, lembaga ini beroperasi melalui dua sistem yakni sistem konvensional dan syariah Islam yang biasa dikenal dengan bank syariah. Keterbukaan Bank Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan “*dual banking system*”, dimana bank konvensional diizinkan membuka unit usaha syariah dalam beroperasi (UU Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan). Kebijakan ini merupakan revisi atas UU Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. Dengan adanya Undang-undang yang baru ini, bank syariah dapat lebih mantap untuk beroperasi dan bersaing dengan bank-bank lain.²

¹Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011). 1.

²Arini Mar'atul Husnah, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)*,” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga), (2015), 1.

Fakta empiris menunjukkan bahwa bank konvensional maupun bank syariah melakukan peningkatan kualitas jasa layanan baik yang terkait dengan jaminan resiko nasabah, maupun kemudahan-kemudahan pelayanan fitur-fitur untuk menciptakan kenyamanan nasabah, misalnya dalam kenyamanan transaksi bank memanfaatkan teknologi informasi dalam proses transaksinya, seperti: *Automatic Teller Machine (ATM)*, *mobile banking*, *internet banking*, *credit card*, *debit card*, dan lain-lain.

Pada kasus perbankan syariah maupun bank konvensional dimana inti bisnisnya adalah dibangun dari azas kepercayaan (*trust*), masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis, sehingga pelayanan menjadi perhatian penting. Kepercayaan dan kepuasan adalah unsur krusial, mengingat kepercayaan dan pelayanan melibatkan unsur psikis atau rasa yang memiliki kepekaan dan kedinamikaan tinggi.

Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia *online banking* mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet. Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya, oleh karena itu membangun kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah adalah sangat diutamakan bagi terciptanya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank.³

³Nur Aini, 'Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Di Surabaya', *Artikel Ilmiah*, 2016, 5.

Faktor kepercayaan merupakan faktor yang memberi pengaruh terhadap penerimaan *e-banking* sehingga bank harus membentuk sikap yang positif yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang diterapkan (Tjini dan Baridwan, 2011: 5). Ketika suatu bank mampu memberikan keamanan bagi nasabahnya maka kepercayaan akan diperoleh dari nasabah. Kepercayaan terhadap suatu layanan khususnya *e-banking* akan menentukan keputusan konsumen untuk melakukan atau bertransaksi kembali menggunakan sistem ini.⁴

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini menyebabkan munculnya aplikasi-aplikasi bisnis yang berbasis internet. Selain bisa digunakan kapan saja dan di mana saja, juga dapat langsung bisa digunakan untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank tersebut atau ke ATM (kecuali untuk mengambil uang tunai). Dan kini hampir di setiap bank di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, dan bank konvensional maupun syariah telah menggunakan jasa teknologi untuk mempermudah segala transaksinya atau untuk memasarkan produk-produknya, yang dalam dunia perbankan di kenal dengan istilah *e-banking* (*electronic banking*).⁵ *E-banking* sendiri bisa diartikan sebagai salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *E-banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan

⁴ Rinjani Meisy Prina Utami, “Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap,” (Skripsi Jurusan Perbankan Syari’ah), Purwokerto, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020, 3.

⁵Prapti Daliyanik, ‘Hubungan E-Banking Dalam Meningkatkan Citra Produk Tabungan IB Plus Dan Kartu BNI Syariah’, *Jurnal Etikonomi*, 12.2 (2013), 94.

strategi baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi tantangan dan kesempatan baru.

Penerapan layanan perbankan elektronik (*e-banking*) yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan untuk menghimpun dana dari nasabah dewasa ini. Penerapan sistem layanan *e-banking* memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu efisiensi biaya dan waktu, serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membidik segmen pasar dengan biaya yang murah. Apalagi bagi industri perbankan, yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi para konsumen. Penggunaan teknologi informasi (TI) harus mampu menciptakan nilai (*value*) untuk pelanggan baik internal maupun eksternal. Artinya, persepsi keberhasilan penerapan TI di mata pelanggan atau nasabah jauh lebih penting daripada di mata vendor, konsultan, dan pihak manajemen sendiri (Djarmiko,2005).⁶

Tidak hanya dampak positif saja yang dapat kita terima dalam menggunakan sistem *e-banking* ini, dampak negatif pun tidak bisa terhindarkan lagi. Seiring dengan perkembangan teknologi internet, menyebabkan munculnya kejahatan yang disebut dengan *cyber crime* atau kejahatan melalui jaringan internet. Munculnya beberapa kasus *cyber crime* di Indonesia, seperti pencurian kartu kredit, *hacking* beberapa situs, menyadap transmisi data orang lain, misalnya email dan memanipulasi data dengan cara menyiapkan perintah yang tidak dikehendaki ke dalam *programmer*. Adanya *cyber crime* telah menjadi ancaman

⁶Mike Suharini, 'Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking', *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, Vol. 15.No. 3 (2008), 168.

stabilitas, sehingga pemerintah sulit mengimbangi teknik kejahatan yang dilakukan dengan teknologi computer, khususnya jaringan internet.⁷

Jumlah kasus *cyber crime* di Indonesia paling banyak terjadi di kalangan mahasiswa, hal tersebut dikarenakan kebutuhan internet sangat diperlukan demi keberlangsungan perkuliahan. Jaringan internet sangat dibutuhkan para mahasiswa, dimana mahasiswa seringkali menggunakan wifi gratis yang tidak aman sehingga beresiko terjadinya *cyber crime*.

Pada intinya *cybercrime* meliputi semua tindak pidana yang berkenaan dengan informasi, dan sistem informasi itu sendiri, serta sistem komunikasi yang merupakan sarana untuk penyampaian/pertukaran informasi pada pihak lainnya (Arief, 2009).⁸

Bukan hanya di Indonesia, kasus *cyber crime* juga mulai mengancam keamanan dunia. Tentunya hal ini akan semakin membuat resah para nasabah sebagai pengguna produk *e-banking*. Hal ini juga berkaitan dengan dampak yang akan terjadi kepada para nasabah, apakah mereka masih memiliki sikap kepercayaan dan keputusan yang tinggi untuk menggunakan produk *e-banking* setelah adanya kriminalitas tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *Cyber Crime* dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk *E-banking* (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Kota Palopo).

⁷Jurnalis J. Hius, Jummaid Saputra, Anhar Nasution, 'Mengenal Dan Mengantisipasi Kegiatan Cybercrime Pada Aktifitas Online Sehari-Hari Dalam Pendidikan, Pemerintahan, Dan Industri Dan Aspek Hukum Yang Berlaku', *Prosiding SNIKOM*, 2014.

⁸Eva Argarini Pratama, 'Optimalisasi Cyberlaw Untuk Penanganan Cybercrime Pada E-Commerce', *Jurnal Bianglala Informatika*, Vol. 1.No. 1 (2013), 3.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, adapun yang menjadi pokok permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh *cyber crime* terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*?
2. Apakah ada pengaruh tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*?
3. Apakah *cyber crime* dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *cyber crime* terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*
3. Untuk mengetahui apakah *cyber crime* dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah:

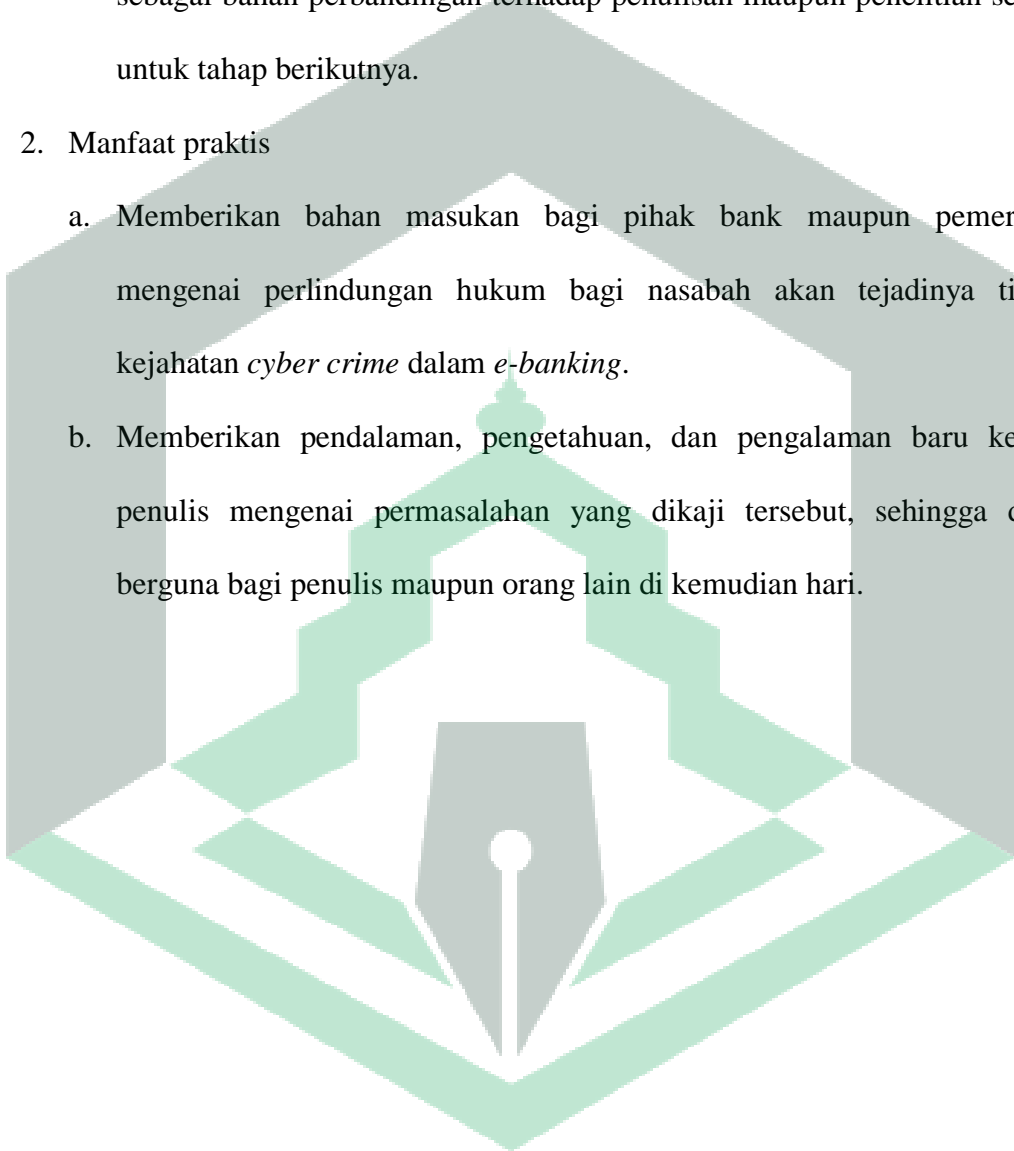
1. Manfaat teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu ekonomi pada umumnya dan perbankan

pada khususnya mengenai pengaruh *cyber crime* dan kepercayaan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk *e-banking*.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi dan literatur sebagai bahan perbandingan terhadap penulisan maupun penelitian sejenis untuk tahap berikutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Memberikan bahan masukan bagi pihak bank maupun pemerintah mengenai perlindungan hukum bagi nasabah akan terjadinya tindak kejahatan *cyber crime* dalam *e-banking*.
- b. Memberikan pendalaman, pengetahuan, dan pengalaman baru kepada penulis mengenai permasalahan yang dikaji tersebut, sehingga dapat berguna bagi penulis maupun orang lain di kemudian hari.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Untuk memastikan keaslian penelitian ini, penulis melakukan perbandingan dengan beberapa penelitian sebelumnya, antara lain:

1. Julianda Fitri, dengan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime Terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan)*”. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa *internet banking* dan *cyber crime* secara bersamaan berpengaruh positif dan negatif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Karena semakin berkembangnya jumlah bank yang menawarkan berbagai jenis fasilitas *internet banking*, maka hal tersebut dapat menyebabkan terjadinya persaingan antar bank. Dimana kondisi seperti ini memicu bank untuk meningkatkan loyalitas serta kepercayaan nasabah pengguna *internet banking*. Dibalik semua kemudahan yang ditawarkan pada pengguna *internet banking* juga banyak terdapat resiko seperti kejahatan-kejahatan *internet* atau yang lebih dikenal dengan *cyber crime* tanpa kita sadari mengintai kita dimana saja dan kapan saja salah satunya yaitu kejahatan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*, apabila sistem

keamanan tidak terdapat kejahatan maka tingkat kepercayaan semakin meningkat begitu juga sebaliknya.⁹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Julianda Fitri dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Pengaruh *cyber crime* dan kepercayaan nasabah. Perbedaan penelitian Julianda Fitri dengan penelitian ini adalah masalah yang dibahas pada penelitian Julianda Fitri lebih fokus mengenai bagaimana pengaruh *internet banking* dan *cyber crime* terhadap kepercayaan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan sedangkan penelitian ini membahas lebih fokus mengenai bagaimana pengaruh *cyber crime* dan kepercayaan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*.

2. Syilvia Pratama Putri, “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah dari Cyber Crime terhadap Kepercayaan Pengguna Internet Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi)*”. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa besarnya pengaruh kemudahan penggunaan dan perlindungan nasabah dari *cyber crime* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pengguna *internet banking* dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.¹⁰

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Syilvia Pratama Putri dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh *cyber crime* dan

⁹ Julianda Fitri, “*Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime Terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan)*,” (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Banda Aceh, Universitas Islam Ar-raniry Banda Aceh, 2021, 77-79.

¹⁰ Syilvia Pratama Putri, “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah dari Cyber Crime terhadap Kepercayaan Pengguna Internet Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi)*,” (Skripsi Program Studi S1 Perbankan Syariah), Bukittinggi, Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, 2020, 121.

kepercayaan pengguna *internet banking* atau *e-banking*. Perbedaan penelitian Syilvia Pratama Putri dengan penelitian ini adalah masalah yang dibahas pada penelitian Syilvia Pratama Putri yaitu bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan *internet banking* dan perlindungan nasabah dari *cyber crime* terhadap kepercayaan pengguna *internet banking* sedangkan penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh *cyber crime* dan kepercayaan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*.

3. Yuslia Naili Rahmah, “*Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*”. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa penggunaan *internet banking*, *client charter*, kerahasiaan data nasabah, *test and trial drive*, dan *customer support service* memberikan sumbangan sebesar 26,3% terhadap *cyber crime* di daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan 73,3% dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.¹¹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yuslia Naili Rahmah dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *cyber crime bagi pengguna internet banking atau e-banking*. Perbedaan penelitian Yuslia Naili Rahmah dengan penelitian ini adalah masalah yang dibahas pada penelitian Yuslia Naili Rahmah yaitu bagaimana pengaruh penggunaan *internet banking* dan perlindungan nasabah bank dalam penggunaan fasilitas *internet banking* terhadap *cyber crime* di wilayah D.I. Yogyakarta sedangkan penelitian ini membahas

¹¹ Yuslia Naili Rahmah, “*Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*,” (Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi), Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018, 107.

tentang bagaimana pengaruh *cyber crime* dan kepercayaan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*.

B. Landasan Teori

1. *Cyber Crime*

a. Sejarah Sejarah Kejahatan Mayantara atau *Cyber Crime*

Sejarah *cybercrime* tidak dapat dilepas dari sejarah perkembangan teknologi. Awal mula dari munculnya kejahatan di dunia maya atau yang lebih dikenal dengan istilah "*Cybercrime*" ini dimulai pada tahun 1988. Pada tahun itu, seorang mahasiswa berhasil menciptakan sebuah worm atau virus yang menyerang program komputer dan mematikan sekitar 10% dari seluruh jumlah komputer di dunia yang terhubung ke internet. Akan tetapi jauh sebelum itu sebenarnya benih-benih kejahatan di dunia maya telah ada. Dimulai pada tahun 1950-an, para mahasiswa di *Massachusetts Institute of Technology (MIT)* yang memiliki rasa ingin tahu dan kepandaian untuk mengeksplorasi peralihan jaringan telepon (*the phone switching networks*) dan sistem *control* pada *Tech Model Railroad Club* dan menyusun computer di *Massachusetts Institute of Technology Artificial Intelligence Laboratory (MIT AI Lab)*.

Pada saat ini sebenarnya para mahasiswa dan ahli-ahli teknologi lainnya hanya bertujuan untuk mengembangkan teknologi informasi khususnya internet, dan belum ada niat untuk memanfaatkan teknologi ini untuk melakukan kejahatan. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi komputer dan teknologi informasi semakin maju dan berkembang ke seluruh negara-negara di dunia.

Pada tahun 1990 muncul sebuah gelombang baru yang lebih memanfaatkan perkembangan teknologi informasi ini untuk melakukan kejahatan. Mereka mulai menyerang situs- situs milik publik ataupun pribadi, demi mencari kesenangan atau keuntungan. Dari situlah lahir istilah *cybercrime* atau yang disebut juga sebagai kejahatan mayantara.¹²

Pada masa awalnya, *cyber crime* didefinisikan sebagai kejahatan komputer (computer crime). The British Law Commission, mengartikan “computer crime” sebagai manipulasi komputer dengan cara apa pun yang dilakukan dengan iktikad buruk untuk memperoleh uang, barang atau keuntungan lainnya atau dimaksudkan untuk menimbulkan kerugian kepada pihak lain. Mandell membagi “*computer crime*” atas dua kegiatan, yaitu:

- a) Penggunaan komputer untuk melaksanakan perbuatan penipuan, pencurian atau penyembunyian yang dimaksud untuk memperoleh keuntungan keunangan, keuntungan bisnis, kekayaan atau pelayanan.
- b) Ancaman terhadap komputer itu sendiri, seperti pencurian perangkat keras atau lunak, sabotase dan pemerasan.

Sistem teknologi informasi berupa internet telah dapat menggeser paradigma para ahli hukum terhadap definisi kejahatan komputer, pada awalnya para ahli hukum terfokus pada alat/perangkat keras yaitu komputer. Namun dengan adanya perkembangan teknologi informasi berupa jaringan internet, maka fokus dari identifikasi terhadap definisi cyber crime lebih diperluas lagi yaitu seluas aktivitas yang dapat dilakukan di dunia cyber/maya melalui sistem informasi

¹² Raodia, “Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Terjadinya Kejahatan Mayantara (CyberCrime),” *Jurnal Jurisprudentie* 6, no.2 (2019): 233-234, <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/Jurisprudentie/article/view/11399/7769>.

yang digunakan. Jadi tidak sekedar pada komponen hardware-nya saja kejahatan itu dimaknai sebagai *cyber crime*, tetapi sudah dapat diperluas dalam lingkup dunia yang dijelajah oleh sistem teknologi informasi yang bersangkutan. sehingga lebih tepat jika pemaknaan dari *cyber crime* adalah kejahatan teknologi informasi, juga sebagai kejahatan mayantara. Pada dasarnya *cyber crime* meliputi semua tindak pidana yang berkenaan dengan sistem informasi itu sendiri, serta sistem informasi yang merupakan sarana untuk penyampaian/pertukaran informasi kepada pihak lainnya.¹³

b. Pengertian *Cyber Crime*

Sebelum mengurai pengertian *cyber crime* secara terperinci, maka terlebih dahulu akan dijelaskan “induk” *cybercrimes* yaitu *cyber space*. *Cyber space* dipandang sebagai sebuah dunia komunikasi yang berbasis komputer. Dalam hal ini, *cyber space* dianggap sebagai sebuah realitas baru dalam kehidupan manusia yang dalam bahasa sehari-hari dikenal dengan internet.

Kemajuan teknologi informasi (internet) dan segala bentuk manfaat di dalamnya membawa konsekuensi negatif tersendiri di mana semakin mudahnya para menjahat untuk melakukan aksinya yang semakin meresahkan masyarakat. Penyalahgunaan yang terjadi dalam *cyber space* inilah yang kemudian dikenal dengan *cyber crime* atau dalam literatur lain digunakan istilah *computer crime*.¹⁴

Secara istilah bahasa *cybercrime* merupakan bentuk kejahatan yang dilakukan di dunia maya atau disebut kejahatan mayantara.(Abdul Wahid & Mohammad

¹³Febrian Kwarto dan Madya Angsito, “Pengaruh Cyber Crime Terhadap Cyber Security Compliance di Sektor Keuangan,” *Jurnal Akuntansi Bisnis* 11, no. 2 (2018): 102, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/1382/1198>.

¹⁴Maskun, *Kejahatan Siber (Cyber Crime)* (Jakarta: Kencana, 2013).46-48.

Labib, 2005). Salah satu bentuk yang dikatakan sebagai *cybercrime* adalah cyber bullying, sebagaimana ciri-ciri dari kejahatan yang ditampilkan, yaitu:¹⁵

- 1) Tidak adanya kekerasan (*Non-violence*)
- 2) Menggunakan media teknologi dan adanya peralatan (*Equipment*)
- 3) Memanfaatkan telekomunikasi berupa jaringan telematika, internet, media informatika secara global.

Dalam *background paper* untuk lokakarya konferensi PBB X/2000 di Wina, Australia, istilah *cybercrime* dibagi dalam dua kategori, yaitu pertama, *cybercrime* dalam arti sempit disebut *computer crime*, kedua *cybercrime* dalam arti luas disebut *computer related crime*. *Cybercrime* meliputi kejahatan, yaitu yang dilakukan:

- 1) Dengan menggunakan sarana-sarana dari sistem atau jaringan komputer (*by means of computer system or network*)
- 2) Di dalam sistem atau jaringan komputer (*in a computer system or network*) dan
- 3) Terhadap sistem atau jaringan komputer (*ageinst a computer system or network*).

Dari definisi tersebut, maka dalam arti sempit *cybercrime* adalah *computer crime* yang ditujukan terhadap sistem atau jaringan, sedangkan dalam arti luas *cybercrime* mencakup seluruh bentuk kejahatan yang ditujukan kepada komputer, jaringan komputer dan penggunaannya serta bentuk-bentuk kejahatan tradisional

¹⁵ Muhammad Jubaidi dan Nurulfadila, "Dampak Negatif CyberBullyng Sebagai Cyber Crime di Instagram," *Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi* 12, no. 2 (2020): 122, <https://rjfahuinib.org/index.php/shaut/article/view/327/303>.

yang sekarang dilakukan dengan menggunakan atau dengan bantuan peralatan komputer.

Secara garis besar kejahatan-kejahatan yang terjadi terhadap suatu sistem atau jaringan komputer dan yang menggunakan komputer juga dapat terjadi di dunia perbankan. Kegiatan yang potensial yang menjadi target *cybercrime* dalam kegiatan perbankan antara lain adalah:

- 1) Layanan pembayaran menggunakan kartu kredit pada situs-situs toko online.
- 2) Layanan perbankan online (*on-line banking*).

Dalam kaitannya dengan *cybercrime*, maka sudut pandangnya adalah kejahatan internet yang menjadikan pihak bank, merchant, toko online atau nasabah sebagai korban, yang dapat terjadi karena maksud jahat seseorang yang memiliki kemampuan dalam bidang teknologi informasi, atau seseorang yang memanfaatkan kelengahan pihak bank, pihak merchant maupun pihak nasabah.¹⁶

c. Indikator *Cyber Crime*

- 1) Pengalaman (*Experience with cybercrime*)

Merupakan indikator konsumen yang telah mengalami, atau setidaknya hampir menjadi korban kejahatan *cybercrime*.

- 2) Keamanan (*Concerns*)

Menyoroti sikap konsumen yang memiliki rasa khawatir terhadap tindak pidana *cybercrime*.

¹⁶ Yuslia Naili Rahmah, “Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY),” (Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi), Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018, 13-14.

3) Pengetahuan (*Proficiency*)

Dimaksudkan sebagai pengetahuan konsumen tentang dunia komputer internet maupun pengetahuan umum yang mereka miliki.¹⁷

d. Bentuk-bentuk potensi *cyber crime* dalam Perbankan

1) *Keylogger/keystroke logger*

Program ini akan merekam karakter-karakter yang diketikkan oleh user dan berharap akan mendapatkan data penting seperti user ID maupun password. Semakin sering mengakses internet di tempat umum, semakin rentan pula terkena modus operandi yang dikenal dengan istilah *keylogger* atau *keystroke recorder* ini. Sebab komputer-komputer yang ada di warnet digunakan berganti-ganti oleh banyak orang. Pelaku memasang program *keylogger* di komputer-komputer umum, program *keylogger* ini akan merekam semua tombol keyboard yang ditekan oleh pengguna komputer berikutnya.

2) *Typo site*

Pelaku membuat nama situs palsu yang sama persis dengan situs asli dan membuat alamat yang mirip dengan alamat situs asli. Pelaku menunggu kesempatan jika seseorang korban salah menyetikkan alamat dan masuk ke situs palsu bukannya. Jika hal ini terjadi maka pelaku akan memperoleh informasi user dan password korbannya, dan dapat dimanfaatkan untuk merugikan korban.

¹⁷ Faturrahman Haditya, "Pengaruh Cyber Crime terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk E-Banking (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah di Wilayah Yogyakarta)," (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2020, 7.

3) *Sniffing*

Usaha untuk mendapatkan *user ID* dan password dengan jalan mengamati paket data yang lewat pada jaringan komputer atau dengan kata lain *Sniffing* adalah cara yang digunakan oleh pelaku dengan mengamati paket data internet yang digunakan oleh pengguna untuk mendapatkan nomor identitas dan password yang bersangkutan.

4) *Brute Force Attacking*

Yaitu upaya pencurian nomor identitas dan password melalui mencoba kemungkinan atas kombinasi yang dibuat.

5) *Web Deface System Exploitation*

Yaitu eksploitasi sistem dengan mengganti tampilan awal dari sebuah situs resmi.

6) *Email Spamming*

Mengirimkan junk email berupa iklan produk dan sejenisnya pada alamat email seseorang atau dengan mengirimkan email kepada pemilik akun dengan menawarkan produk-produk atau menyatakan bahwa pemilik akun telah memenangkan suatu undian.

7) *Daniel of Service*

Pelumpuhan sistem elektronik dengan membanjiri akun atau sistem elektronik dengan data dalam jumlah yang besar.

8) *Virus worm, Trojan*

Menyebarkan virus worm maupun trojan dengan tujuan untuk melumpuhkan sistem komputer, memperoleh data-data dari sistem korban dan untuk mencemarkan nama baik pembuat perangkat lunak tertentu.

9) *Data forgery*

Kejahatan ini bertujuan untuk memalsukan data pada dokumen-dokumen yang ada pada internet.

e. Jenis-jenis *cyber crime* pada Perbankan

1) *Carding*

Aktifitas berbelanja secara online tetapi menggunakan nomor dan identitas kartu kredit orang lain, yang diperoleh secara ilegal, pelaku carding biasa disebut *carder*.

2) *Hacking*

Kegiatan menerobos program komputer milik orang/pihak lain. Hacker adalah orang yang gemar eksplorasi/ngorek komputer, memiliki keahlian membuat dan membaca program tertentu, dan terobsesi mengamati keamanannya.

3) *Cracking*

Sebutan pelaku cracking adalah "*cracker*". Aktifitas cracker sejenis dengan "*hacker bertopi hitam*" (*Black Hat Cracker*). Berbeda dengan "*carder*" yang hanya mengintip kartu kredit, "*cracker*" mengintip simpanan para nasabah di berbagai bank atau pusat data sensitif lainnya untuk keuntungan diri sendiri.

4) *Defacing*

Banyaknya kasus deface saat ini yang bermotif iseng belaka mereka ingin unjuk keboleha, pamer kemampuan membuat program, tapi ada juga pelaku deface yang jahat, mereka melakukan aktivitas deface untuk mencuri data dan dijual kepada pihak lain.

5) *Fishing atau Phising*

Phising biasanya diarahkan kepada pengguna online internet banking. Targetnya adalah nasabah yang ingin bertransaksi internet banking kurang teliti dalam menulis website. Cara kerjanya peretas biasanya membeli banyak domain plesetan dari bank yang menjadi target, sasarannya user merasa tidak menyadari telah salah mengetik alamat website namun tetap halaman awal website target dibuat sama seperti aslinya, akibat yang diharapkan oleh peretas nasabah mengisi *User ID* dan *password*. Setelah mengakses nasabah akan diberikan informasi gangguan terhadap server bank target, padahal itu bagian dari rekayasa peretas untuk membuat nasabah tidak menyadari kalau *user* dan *passwordnya* sudah diretas diambil oleh penyusup.

6) *Skimming*

Tindakan pencurian informasi dengan cara menyalin informasi yang terdapat pada strip magnetic atau memasang alat perekam untuk mendapatkan data nasabah secara ilegal.¹⁸

¹⁸ Syilvia Pratama Putri, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah dari Cyber Crime terhadap Kepercayaan Pengguna Internet Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi)," (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Bukittinggi, Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, 2020, 51-55.

2. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Beberapa literatur telah mendefinisikan kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Menurut Kotler dan Keller (2009), kepercayaan adalah tentang adanya kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena yakin bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan yang umumnya dimiliki seseorang.¹⁹

Sebuah teori mengenai *Trust-Commitment* yang dikemukakan oleh Morgan dan Hunt mengatakan bahwa *trust* adalah salah satu variabel kunci untuk memelihara suatu hubungan jangka panjang termasuk pada merk.²⁰

Menurut McKnight et al. dalam (Bachmann & Zaheer, 2006), bahwa kepercayaan sendiri dibangun oleh pihak-pihak yang tidak saling mengenal baik dalam interaksi maupun dalam proses transaksi. Oleh karena itu perdagangan, komunikasi serta interaksi dunia maya sangat mengedepankan aspek kepercayaan. Apabila kepercayaan itu tidak ada maka akan berakibat pada tidak lakunya produk yang dijual, sebab komunitas dunia maya hanya bisa mengandalkan kepercayaan.²¹

¹⁹ Julianda Fitri, “*Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan)*,” (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Banda Aceh, Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2021, 23.

²⁰ Syilvia Pratama Putri, “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah dari Cyber Crime terhadap Kepercayaan Pengguna Internet Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi)*,” (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Bukittinggi, Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, 2020, 59.

²¹ Julianda Fitri, “*Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan)*,” (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Banda Aceh, Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2021, 23.

Formasi kepercayaan berhubungan dengan perspektif pengambilan keputusan, jadi kepercayaan dipandang sebagai sesuatu yang terutama dibentuk melalui prinsip-prinsip pembelajaran kognitif. Formasi kepercayaan secara langsung terjadi ketika konsumen melakukan aktivitas pemrosesan informasi, informasi tentang atribut dan manfaat produk diterima, di kodekan ke dalam memori kemudian dibuka kembali dari memori untuk dipergunakan, sebagai contoh adanya suatu iklan di televisi atau media elektronik lainnya.²²

Berdasarkan sumber yang ilmiah maka terdapat dua dimensi untuk menganalisis tingkat kepercayaan yaitu dimensi yang mampu membangun trust seseorang yaitu dengan dimensi *trust believe* dan *trust intention* (McKnight, Kacmar, & Choudhury (2002:337). *Trust believe* adalah satu atau lebih karakteristik seseorang yang menguntungkan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada suatu kelompok lain. Indikatornya adalah empati, perhatian, daya tangkap dan kepercayaan seseorang. *Trust Intention* adalah ketergantungan kepercayaan akan ada pada seseorang dilihat dari segi situasi dan kondisi yang diharapkan. Indikatornya adalah kesediaan pelanggan bergantung pada penyedia barang sampai dengan sanggup menerima resiko dan hal-hal yang mengakibatkan dampak negatif yang akan terjadi disebut dengan *willingness to depend*.²³

²² Sylvia Pratama Putri, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah dari Cyber Crime terhadap Kepercayaan Pengguna Internet Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi)," (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Bukittinggi, Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, 2020, 59.

²³ Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri dan Muhammad Taufik Lesmana, "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan," *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan1*, no 1 (2019): 168, <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa kepercayaan adalah modal besar dalam menjalin suatu hubungan yang baik antara kedua belah pihak, baik dari pihak perusahaan (bank) maupun konsumennya (nasabah). Kepercayaan juga disebut sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Sedangkan atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek, misalnya: label, kemasan atau merk dari produk tersebut. Dan manfaat adalah hasil positif yang diberikan atribut kepada konsumen.

b. Indikator Kepercayaan

Dalam sebuah jurnal ilmu dan riset manajemen karya Junai Al Fian dijelaskan ada beberapa indikator kepercayaan pelanggan atau nasabah diantaranya:

- 1) Reputasi yang dimiliki produk atau jasa.
- 2) Keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan produk atau jasa.
- 3) Manfaat yang ada dalam produk atau jasa.

c. Faktor-faktor Kepercayaan

Faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain adalah sebagai berikut:

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan

memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi *online*. Kemampuan dipengaruhi oleh pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan sikap (*attitude*).

2) Kebaikan Hati (*benevolence*)

Kebajikan adalah tingkat suatu toko *online* bertindak atas nama kejahatan konsumen. Dalam sistem *e-commerce*, kepercayaan pengguna tentang suatu toko *online* mungkin ditangkap oleh kepercayaan dan persepsi resiko. Sikap salah satu yang baik atau kurang baik. Sesuatu yang memiliki sikap baik akan membentuk niat untuk bertransaksi secara *online*, kemudian diikuti oleh niat perilaku nyata dalam melakukan transaksi.

3) Integritas (*Integrity*)

Integritas merujuk pada kejujuran dan kebenaran. Dimensi ini adalah yang paling penting saat seseorang menilai apakah orang lain bisa dipercaya atau tidak. Integritas merupakan pondasi utama dalam membangun komunikasi yang efektif. Karena tidak ada persahabatan atau *teamwork* tanpa ada kepercayaan (*trust*) dan tidak akan ada kepercayaan tanpa ada saling menghargai yang merupakan hukum yang pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerja sama yang menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik sebagai individu maupun secara keseluruhan sebagai sebuah tim.

d. Faktor yang menghilangkan kepercayaan

Ada beberapa faktor yang dapat menghilangkan kepercayaan yang sering terjadi, diantaranya yaitu :

1. Perasaan kecewa merupakan suatu perasaan yang ketika menginginkan suatu hal tetapi tidak dapat diwujudkan sesuai dengan harapan. Perasaan kecewa bisa saja datang secara tiba-tiba, kekecewaan tersebut akan berpengaruh pada pola pikir manusia sehingga akan menghadapi rasa marah dan sedih.
2. Kehilangan harapan biasanya terjadi pada saat seseorang menginginkan suatu harapan yang besar terhadap orang lain dan perasaan tersebut dapat merusak bagi jiwa manusia karena hal yang diinginkan tidak dapat terwujud". Kehilangan harapan sama halnya dengan putus asa, hal ini sangat berpengaruh.
3. Perasaan marah menyangkut seluruh perasaan di dalam diri, dimulai dari beberapa rasa kejanggalan yang ada dihati sehingga menimbulkan kemarahan yang meledak, cepat dan sengit.
4. Perasaan berdosa, menyesal atau kecewa adalah perasaan yang diri. Karena selalu menyalahkan diri sendiri terhadap apa yang telah dilakukan.

Untuk itu Allah sangat melarang perbuatan khianat atas amanah karena akan menghilangkan kepercayaan pada diri seseorang. Orang yang berkhianat

sebenarnya sadar dan mengetahui bahwa dirinya telah keluar dari kepercayaan yang diberikan atau diamanahkan sebelumnya.²⁴

Dari penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan konsumen atau nasabah dapat terjalin apabila perusahaan tersebut memiliki reputasi produk atau jasa yang baik, selain itu keamanan dan kenyamanan dalam penggunaan produk dan jasa juga harus diperhatikan, manfaat dari produk dan jasa juga tak kalah penting untuk diperhatikan. Masyarakat cenderung lebih mempercayai layanan dengan produk ataupun jasa yang memiliki manfaat yang banyak.

Terlebih lagi makin banyaknya kasus yang seakan-akan ingin menggoyahkan kepercayaan nasabah akan bank tersebut. Misalnya saja: kriminalitas yang dilakukan oleh *cyber crime*. Hal ini semakin membuat tantangan tersendiri bagi pihak bank, bagaimana caranya agar kepercayaan dan kelayaitasan nasabah tetap terjaga.²⁵

3. Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Keputusan merupakan pemilihan satu diantara banyak pilihan dari alternatif yang ada. Pada umumnya keputusan dibuat dalam rangka untuk memecahkan masalah atau persoalan. Keputusan menggunakan adalah titik dalam perumusan

²⁴ Andi Fauziah dan Tenripada, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Penggunaan E-banking (Survei pada Nasabah)," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2021): 76-77, <http://www.jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/40>.

²⁵ Eka Laila Fitriani, "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan KEpercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking(Studi pada Nasabah BNI Syariah KC Teluk Betung)," (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, 58-61.

berbagai alternatif tindakan yang sesuai dengan yang sedang diperhatikan dan memilih dari berbagai macam alternatif yang tepat setelah melakukan evaluasi atau penilaian agar dapat menggunakannya untuk memperoleh manfaat yang ditawarkannya.(Fita, 2013).²⁶

Keputusan nasabah menurut Supranto (2007) adalah intervensi antara strategi pasar (seperti dipraktekkan dalam bauran pemasaran) yang artinya hasil (*outcome*) dari strategi pemasaran perusahaan ditentukan oleh interaksinya dengan proses keputusan konsumen.²⁷

Keputusan nasabah merupakan keputusan membeli atau menggunakan suatu produk yang memiliki indikator persepsi melihat kinerja bank, kepuasan akan produk yang ditawarkan, penyediaan informasi pada saat diminta, kontak dengan nasabah sangat tinggi, pertimbangan kualitas pelayanan, pertimbangan *word of mouth*.²⁸

Pengambilan keputusan selalu berhubungan dengan adanya kesulitan, konflik, atau masalah (*problem*). Melalui suatu keputusan dan implementasinya, orang mengharapkan bahwa akan tercapai suatu pemecahan atas masalah atau penyelesaian konflik.

Kamus Webster mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai tindakan menentukan sesuatu pendapat atau langkah-langkah tindakan. Secara formal,

²⁶Risma Nurhapsari Ahmad Sahri Romadon, 'Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada BNI 46 KC Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi', *Majalah Ilmiah Solusi*, Vol. 18.No. 4 (2020), 139.

²⁷Eka Dyah Setyaningsih, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank BTN', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 22.No. 1 (2017), 17.

²⁸Eka Dyah Setyaningsih, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank BTN', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 22.No. 1 (2017), 18.

pengambilan keputusan adalah sesuatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan. Pengambilan atau membuat keputusan berarti melakukan pemilihan dari berbagai kemungkinan atau alternatif.²⁹

b. Indikator Keputusan

- 1) Persepsi melihat kinerja bank
- 2) Kepuasan akan produk yang ditawarkan
- 3) Penyediaan informasi pada saat diminta
- 4) Kontak dengan nasabah sangat tinggi
- 5) Pertimbangan kualitas pelayanan
- 6) Pertimbangan *word of mouth*.³⁰

c. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan melibatkan tiga unsur penting, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengambilan keputusan haruslah didasarkan pada fakta yang ada. Makin sedikit fakta yang relevan dan tersedia, makin sulit proses pengambilan keputusan.
- 2) Pengambilan keputusan melibatkan analisa informasi faktual. Analisa dapat menggunakan uji statistik, kompute, atau hanya merupakan proses pemikiran yang logis dan sederhana.

²⁹Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: Deepublish, 2018). 170.

³⁰Eka Dyah Setyaningsih, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank BNI', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 22.No. 1 (2017), 18.

3) Proses pengambilan keputusan membutuhkan unsur pertimbangan dan penilaian yang subjektif dari manajemen terhadap situasi, berdasarkan pengalaman dan pandangan umum. Walau secara teoritis ada kemungkinan untuk menjalankan proses pengambilan keputusan secara mekanis, tetapi jarang sekali tersedia cukup banyak data, sumber daya atau waktu untuk menganalisisnya secara lengkap.

d. Proses pengambilan keputusan terdiri atas empat tahapan sebagai berikut:

1) Mengidentifikasi masalah. Masalah pokok yang dihadapi oleh manajer adalah berada dalam suatu situasi dan kondisi tertentu. Manajer yang baik harus mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasi masalah. Tahap ini merupakan yang paling sulit. Sering dijumpai antara gejala dan masalah yang sesungguhnya sering terjadi kerancuan. Contoh kita melihatnya sebagai masalah laba yang rendah, padahal laba yang rendah tersebut hanya merupakan akibat dari sistem distribusi yang tidak efisien dan berbiaya tinggi. Apabila masalah telah dapat dirumuskan secara jelas maka kita dapat menanganinya secara mudah.

2) Merumuskan berbagai alternatif. Manajer harus menentukan berbagai alternatif penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi. Beberapa alternatif kadang-kadang dapat diperbaiki dengan mempertimbangkan pengalaman di waktu yang lalu.

3) Menganalisa alternatif. Tahap ini mungkin memerlukan pengujian yang sulit, yakni mempertimbangkan mengenai rugi laba untuk setiap alternatif. Hal ini menyangkut tujuan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan. Meskipun

analisis harus dilakukan secara objektif, tetapi proses pemilihan akhir harus mengandung unsur penilaian yang subjektif.

- 4) Mengusulkan suatu penyelesaian dan menyarankan suatu rencana tindakan. Setelah melewati tahapan-tahapan diatas, manajer dapat menyarankan suatu penyelesaian logis, meskipun kenyataan, kesempatan, dan resiko yang dihadapi sama, tetapi kesimpulan yang diambil dapat berbeda-beda di antara para manajer.³¹

e. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian/Penggunaan

Tahap keputusan pembelian/penggunaan bermula saat konsumen menyadari kebutuhan dan keinginannya, adapun proses pengambilan keputusan membeli menurut Philip Kotler & Keller Kevin Lane, yaitu sebagai berikut :

1) Pengenalan Masalah

Tahap pertama proses keputusan pembeli, ketika konsumen mengenali masalah atau kebutuhannya. Para pemasar perlu memerhatikan keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan terkumpulnya informasi dari konsumen, para pemasar dapat memahami rangsangan yang sering menumbuhkan minat akan produk tertentu. Kemudian pemasar dapat menyusun strategi yang mampu memicu minat konsumen.

2) Pencarian Informasi

Tahap proses keputusan pembeli, konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.

³¹Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: Deepublish, 2018). 171-173.

3) Evaluasi Alternatif

Tahap proses keputusan, konsumen akan menggunakan informasi sebagai bahan untuk mengevaluasi produk yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan.

4) Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian

5) Perilaku Pascapembelian

Tahap proses keputusan pembeli, konsumen akan mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian berdasarkan kepuasasn atau tidak kepuasan mereka.³²

4. E-Banking

a. Pengertian E-Banking

Elektronik Banking atau *e-banking* bisa diartikan sebagai aktivitas perbankan di internet. Layanan ini memungkinkan nasabah sebuah bank dapat melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana internet, khususnya via web.³³

Perkembangan pesat Teknologi Informasi (TI) dan globalisasi mendukung bank untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah secara aman, nyaman dan efektif, di antaranya melalui media elektronik atau dikenal dengan *e-banking*. Melalui *e-banking*, nasabah bank pada umumnya dapat mengakses produk dan

³²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller," *Manajemen Pemasaran*", Edisi 12,(Jakarta: PT. Indeks, 2007). h. 235-243.

³³ Rinjani Meisy Prina Utami, "*Pengaruh Penggunaan E-banking, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap*," (Skripsi Jurusan Perbankan Syari'ah), Purwokerto, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020,12.

jasa perbankan dengan menggunakan berbagai peralatan elektronik (*intelligent electronic device*), seperti *personal computer* (PC), *personal digital assistant* (PDA), anjungan tunai mandiri (ATM), kios, atau telepon.

Electronic Banking (e-banking) adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *phone banking*, *electronic fund transfe* (EFT), *Electronic Data Capture* (EDC)/*Point of Sales* (POS), *internet banking* dan *mobile banking*.³⁴

E-banking memberikan banyak manfaat baik bagi nasabah bank, dan otoritas. Bagi nasabah, *e-banking* memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat, dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan untuk beberapa produk *e-banking* nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam dengan menggunakan *laptop* atau perangkat *mobile* seperti telepon seluler yang dapat dibawa kemana saja selama terhubung dengan jaringan internet dan/atau SMS.

E-banking adalah suatu produk layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan para nasabah dalam bertransaksi. Dalam hal ini, media yang digunakan untuk memberikan kenyamanan serta keamanan bagi para nasabah adalah media elektronik. Tujuan lain diberlakukan sistem *e-banking* ini adalah

³⁴Veithzal Rival and Rifki Ismail, *Islamic Risk Management For Islamic Bank* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013). 361.

untuk menarik minat para nasabah untuk menggunakan produk tabungan yang dilengkapi dengan layanan *e-banking*.³⁵

b. Jenis-jenis *E-banking*

Beberapa produk yang termasuk dalam layanan *e-banking*:

1) ATM (*Automated Teller Machine*)

ATM atau yang lebih dikenal dengan nama Anjungan Tunai Mandiri merupakan suatu terminal/mesin komputer yang terhubung dengan jaringan komunikasi bank yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara mandiri tanpa bantuan dari *teller* ataupun petugas bank lainnya.

Sedangkan, kartu ATM yaitu kartu yang diberikan pihak bank kepada para nasabahnya secara cuma-cuma dengan sekedar membuka rekening di bank bersangkutan, agar pihak nasabah bisa leluasa mengambil uangnya melalui rekening yang dimilikinya kapan saja dia kehendaki melalui ATM dan dapat juga digunakan untuk beberapa lokasi penjualan tertentu. Sehingga ia berpeluang menarik uang kontan dan mentransfer dana antar ATM berbeda, atau untuk sekedar mengetahui jumlah saldo dan untuk membayar barang-barang yang dibelinya (di lokasi penjualan tertentu), dan seterusnya.

Pelayanan yang dapat diberikan oleh ATM kepada para pemegang kartu ATM antara lain:

- a) Dapat menarik uang tunai
- b) Meminta rekening koran
- c) Melihat saldo rekening

³⁵ Eka Laila Fitriani, “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *E-banking*,” (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, 24.

d) Melakukan pembayaran listrik, telepon, air, dan pembayaran lainnya.³⁶

2) *Phone Banking*

Phone Banking adalah layanan untuk bertransaksi perbankan atau mendapatkan informasi perbankan lewat telepon dengan menghubungi nomor layanan pada bank. Layanan *phone banking* ini merupakan salah satu dari perkembangan teknologi *call center*. Pada umumnya layanan *phone banking* dapat diakses selama 24 jam sehingga nasabah dapat menggunakannya dimana saja dan kapan saja.

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa *phone banking* merupakan suatu layanan yang dapat digunakan untuk bertransaksi dengan cara menghubungi nomor layanan pada bank.³⁷

3) *Internet Banking*

Internet banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan melalui *website* milik bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer *desktop*, *laptop*, *tablet*, atau *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.³⁸ Kelebihan

³⁶Eka Laila Fitriani, "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking," (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, 25-26.

³⁷Eka Laila Fitriani, "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking," (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, 34.

³⁸Eka Laila Fitriani, "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking," (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, 32.

dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu informasi secara lengkap terdapat di layar computer/PC atau PDA.³⁹

4) *SMS Banking*

SMS Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/*handphone* dengan menggunakan media SMS (*Short Message Service*).⁴⁰ Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon) dan pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya, pada dasarnya dapat dilakukan, tetapi tergantung pada akses yang dapat diberikan bank. Saluran ini sebenarnya termasuk praktis, tetapi dalam praktiknya agak merepotkan karena nasabah harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan teks, kecuali pada bank yang melakukan kerja sama dengan operator seluler, menyediakan akses banking menu-Sim Tool Kit (STK) pada simcard-nya.⁴¹

5) *Electronic Data Capture (EDC)*

EDC merupakan suatu perangkat/ terminal yang dapat digunakan untuk bertransaksi menggunakan kartu debit/ kredit/ prabayar di *merchant* atau toko.

Setiap nasabah yang memegang kartu kredit selalu mendambakan berbagai kemudahan dan keuntungan lainnya. Hal ini sesuai dengan tujuan penggunaan

³⁹Rinjani Meisy Prina Utami, "*Pengaruh Penggunaan E-banking, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap*," (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Purwokerto, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020,13.

⁴⁰Eka Laila Fitriani, "*Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking*," (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, 32.

⁴¹Rinjani Meisy Prina Utami, "*Pengaruh Penggunaan E-banking, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap*," (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Purwokerto, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020,13.

kartu kredit tersebut. Dan agar nasabah tidak terjebak dalam berbagai masalah dengan memegang kartu yang diperolehnya, maka pemilihan untuk memegang kartu perlu lebih hati-hati, karena setiap jenis kartu memiliki keuntungan dan kerugian masing-masing.⁴²

6) *Mobile Banking*

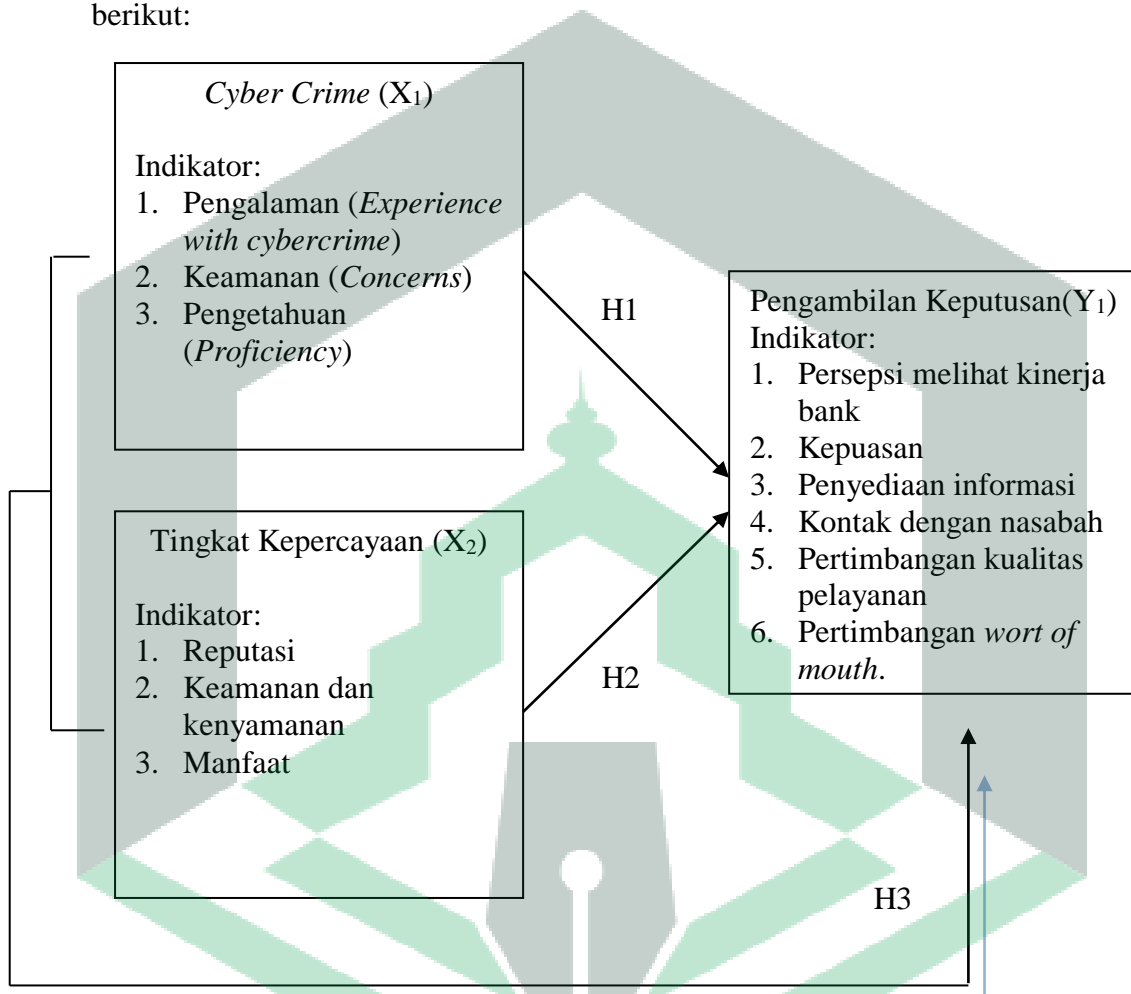
Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. *Mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat di unduh dan di instal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan *SMS Banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking.⁴³

⁴²Eka Laila Fitriani, “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking,” (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, 27-28.

⁴³Eka Laila Fitriani, “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking,” (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018,33.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam bab dua. Berdasarkan uraian diatas dapat digunakan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

Keterangan :

—————→ : Pengaruh parsial ————→ : Pengaruh simultan

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang sedang dikaji.

Adapun hipotesis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H_{01} = *Cyber crime* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*

H_{a1} = *Cyber crime* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*

H_{02} = Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*

H_{a2} = Tingkat kepercayaan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*

H_{03} = *Cyber crime* dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*

H_{a3} = *Cyber crime* dan tingkat kepercayaan tidak berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *e-banking*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁴ Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan menggunakan SPSS.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi penelitian difokuskan di Kampus IAIN Palopo pada mahasiswa. Waktu penelitian yang direncanakan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu pada bulan Juli 2023 sampai dengan September 2023.

⁴⁴Sugiono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)", Cet. 12. (Bandung: Alfabeta, 2014). h. 13.

⁴⁵Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Jurnal Al Fathonah 1*, no. 1 (2020): 350, <https://jurnal.stitbb.ac.id/index.php/al-fathonah/issue/archive>

C. Defenisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel
1	<i>Cyber Crime</i> (X_1)	<i>Cyber Crime</i> yaitu suatu perbuatan melawan hukum yang dilakukan dengan menggunakan internet yang didasari pada kecanggihan teknologi, komputer serta telekomunikasi baik untuk memperoleh keuntungan maupun dengan merugikan orang lain.
2	Tingkat Kepercayaan (X_2)	Secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan (<i>relationship</i>). Tanpa adanya kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang.
3	Pengambilan Keputusan (Y_1)	pengambilan keputusan adalah sesuatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁴⁵. Dalam populasi penelitian ini adalah Mahasiswa IAIN Kota Palopo pengguna produk *e-banking* yang jumlah populasinya tidak diketahui .

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampling. Teknik sampling merupakan cara pengambilan sampel, agar nantinya mampu menggeneralisir populasi yang ada. Teknik sampling ini diperlukan karena keterbatasan peneliti untuk menjangkau semua populasi dengan wilayah penelitian yang luas dan besar terkadang membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang besar.⁴⁶

Metode yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015). 80.

⁴⁶Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0* (Bengkalis-Riau: Dotplus Publisher, 2021). 14.

menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴⁷

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah sampel diharapkan 100% mewakili populasi adalah anggota populasi itu sendiri. Kemudian, teknik menentukan sampel menggunakan rumus *lemeshow*, menurut Mulyanto & Wulandari, pada penelitian yang besaran populasinya tidak diketahui dapat ditentukan dengan rumus *lemeshow* oleh Stanley Lemeshow.⁴⁸ Berikut rumus *lemeshow* yang digunakan pada penelitian ini :

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

Keterangan : n = Jumlah Sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal esimasi / proporsi populasi yang tidak diketahui 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling eror 10%

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

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

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,5)(0,5)}{(0,01)}$$

⁴⁷Sugiono, " *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*", Cet. 12, (Bandung : ALFABETA, 2008), h. 120 - 122.

⁴⁸Yoyo Indah Gunawan Sonia Fuji Lestari, "Dampak Media Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Muka Padat Wardah PT. Paragon Technology And Innovation (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Angel Kosmetik Pasar Cileungsi," *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 12, no. 02 (2020): 81, <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/479>.

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

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

$$n = 96$$

Sehingga berdasarkan pada perhitungan rumus *lemeshow* tersebut, maka dapat diketahui n (sampel) yaitu 96 untuk digunakan dalam penelitian ini sebagai responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan Metode Kuesioner (Angket). Kuesioner menggunakan skala Likert, skala ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seorang terhadap sesuatu, semisal, setuju atau tidak setuju, senang atau tidak senang dan baik atau tidak baik.

Cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang sebuah fenomena sosial. Indikator-indikator ini yang dijadikan tolak ukur untuk membuat instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian

merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
- $N = 96$ pada signifikansi 5% maka distribusi nilai r tabel statistik diperoleh nilai sebesar 0,2006
- Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r-tabel	r-hitung	Ket.
1	<i>Cyber Crime</i> (X1)	X1P1	0,200	0,521	Valid
		X1P2	0,200	0,536	Valid
		X1P3	0,200	0,654	Valid
		X1P4	0,200	0,664	Valid
		X1P5	0,200	0,602	Valid
		X1P6	0,200	0,659	Valid
		X1P7	0,200	0,652	Valid
2	Tingkat Kepercayaan (X2)	X2P1	0,200	0,439	Valid
		X2P2	0,200	0,797	Valid
		X2P3	0,200	0,748	Valid
		X2P4	0,200	0,772	Valid
		X2P5	0,200	0,788	Valid
		X2P6	0,200	0,817	Valid
		X2P7	0,200	0,836	Valid
		X2P8	0,200	0,811	Valid
		X2P9	0,200	0,775	Valid
3	Pengambilan Keputusan (Y)	YP1	0,200	0,734	Valid
		YP2	0,200	0,828	Valid
		YP3	0,200	0,906	Valid
		YP4	0,200	0,754	Valid
		YP5	0,200	0,791	Valid
		YP6	0,200	0,832	Valid

		YP7	0,200	0,834	Valid
		YP8	0,200	0,703	Valid

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas ini dilakukan pada responden dengan menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya.

Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut:

- a. Jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
 - b. Jika r-alpha negatif dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
- 1) Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka reliable
 - 2) Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka tidak reliable

Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,6.

Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Item	Ket.
1	Cyber Crime (X1)	0,709	7	Reliabel
2	Tingkat Kepercayaan (X2)	0,894	9	Reliabel
3	Pengambilan Keputusan (Y)	0,917	8	Reliabel

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan.

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan menentukan dalam suatu model regresi linier berganda terdapat korelasi antara variabel. Model regresi linier berganda yang baik adalah yang tidak mengalami multikolinieritas. Salah satu cara untuk menguji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).⁴⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik *scatterplot*

⁴⁹Hadijah Syamsul, Basri Modding dan Ratna Dewi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Dessert pada By.Uwibama di Kota Makassar", *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol 4. No. 2 (April 2021): 13-15, file:///C:/Users/VITARA~1/AppData/Local/Temp/794-Article%20Text-3024-1-10-20210420.pdf.

antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

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

Sebagai cara untuk memperkuat uji scatterplot terdapat cara lain yaitu dengan pengujian uji park. Yaitu apabila variabel independen memiliki nilai tingkat signifikan melebihi 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat apakah dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_n) berpengaruh terhadap variabel tertentu (Y)

Bentuk matematika dari analisis berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Tingkat Kepercayaan dan Pengambilan Keputusan

X_1 = *Cyber Crime*

X_2 = Tingkat kepercayaan

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

5. Uji Statistik

Untuk menguji tingkat signifikan regresi variabel independen terhadap variabel dependen maka peneliti menggunakan:

- a. Uji Statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari uji t diambil suatu keputusan.

Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
 - 2) Apabila nilai t hitung $<$ t tabel, dan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 (5%) maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Uji F digunakan untuk melihat apakah dua atau lebih variabel bebas mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat. Uji F adalah uji statistik yang menentukan apakah semua variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh gabungan terhadap variabel dependen. Cara pengambilan keputusannya adalah jika $\text{sig.} < 0,1$ (α) atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menunjukkan bahwa hal itu berdampak simultan. Sedangkan jika $\text{sig.} > 0,1$ (α) atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, H_0 diterima dan H_a ditolak, menyiratkan bahwa keduanya tidak berpengaruh pada waktu yang sama.
 - c. Uji Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh dari variabel independen dengan variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo merupakan salah satu kampus yang ada di kota Palopo dan merupakan satu-satunya kampus negeri yang ada di kota Palopo provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Dahulu dikenal sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo.

IAIN Palopo terletak di Kelurahan Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo. Lokasi yang cukup strategis, yaitu berada di pusat Kota Palopo, sehingga membuat akses untuk ke kampus ini sangat mudah. Tersedia banyak pilihan transportasi umum seperti angkot dan ojek yang rutenya melewati kampus IAIN Palopo.

Saat ini IAIN Palopo memiliki 17 Program Studi dari 4 Fakultas dan 3 Program Studi Pascasarjana. Jumlah mahasiswa saat ini sekitar kurang lebih 8000 orang yang berasal dari berbagai daerah di sekitaran Kota Palopo seperti, Kab. Luwu, Kab. Luwu Utara, Kab. Luwu Timur, Kab. Tana Toraja hingga Sulawesi Tenggara dan Barat.

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang ada di kampus IAIN Palopo yang sedang atau sudah pernah memakai produk *e-banking*. Dimana jumlah sampel yang dicari menggunakan rumus *lemeshow* yaitu sebesar 96 responden. Karakteristik responden yang didapatkan dari profil responden yaitu jenis

kelamin, fakultas dan responden dengan masing-masing identifikasi sebagai berikut :

a) Jenis Kelamin Responden

Data frekuensi dan persentase jenis kelamin responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	20	21%
Perempuan	76	79%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa gambaran secara keseluruhan dari 96 responden didominasi oleh orang yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 76 orang dengan persentase sebesar 79%, sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 orang dengan presentase sebesar 21%.

b) Jenis Fakultas Responden

Data frekuensi dan persentase jenis fakultas responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.2 Jenis Fakultas Responden

Jenis fakultas	Frekuensi	Presentase
Ekonomi dan Bisnis Islam	52	55%
Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	12	12%
Syariah	8	8%
Ushuluddin Adab dan Dakwah	24	25%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa gambaran secara keseluruhan dari 96 responden didominasi oleh orang yang berada di fakultas ekonomi dan bisnis syariah sebanyak 52 orang dengan persentase sebesar 55%. Dan paling sedikit berasal dari fakultas syariah dengan jumlah 8 orang dengan presentase sebesar 8%.

c) Program studi

Data frekuensi dan persentase jenis program studi responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.3 Jenis Prodi Responden

Jenis Program studi	Frekuensi	Presentase
Manajemen Bisnis Syariah	3	3%
Ekonomi Syariah	12	12%
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	24	25%
Hukum Tata Negara	3	3%
Perbankan Syariah	37	39%
Hukum Ekonomi Syariah	4	5%
Pendidikan Agama Islam	10	10%
Manajemen Pendidikan Islam	2	2%
Hukum Keluarga	1	1%
Jumlah	96	100%

Sumber : data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui jenis prodi responden didominasi oleh program studi perbankan syariah sebanyak 37 orang dengan tingkat persentase sebesar 39% dan jenis prodi yang paling sedikit yaitu hukum keluarga sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 1%.

3. Hasil dan Olah Data Statistik

a) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Jika nilai tingkat signifikasinya $>0,05$ maka dapat dikatakan normal. Sebaliknya jika tingkat signifikasinya $<0,05$ maka tidak dikatakan normal. Hasil uji tersebut dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.079	96	.169	.980	96	.148

a. Lilliefors Significance Correction

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

Berdasarkan hasil uji normalitas nilai signifikansi 0,169. Dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal pada tabel one-sample kolmogorov dengan nilai $0,169 > 0,05$.

2) Uji Multikolinearitas

Jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dan jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji tersebut dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.351	1.795		.195	.845		
Cyber Crime Tingkat Kepercayaan	.170	.087	.120	1.955	.054	.620	1.612
	.740	.057	.804	13.050	.000	.620	1.612

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

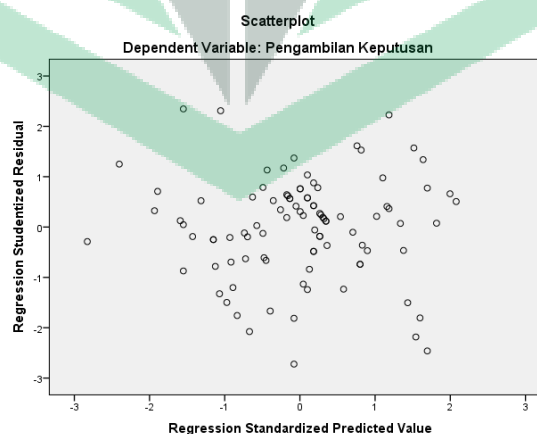
(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel *cyber crime* (X1) dan tingkat kepercayaan (X2) sebesar $0,620 < 10$ dan nilai *tolerance* sebesar $1,612 > 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Jika titik-titik menyebar diatas dan bawah disekitas angka 0 maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas seperti gambar dibawah ini.

Gambar 4.1 Grafik *Scatterplot*



(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

Sehingga dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b) Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.351	1.795		.195	.845		
	Cyber Crime	.170	.087	.120	1.955	.054	.620	1.612
	Tingkat Kepercayaan	.740	.057	.804	13.050	.000	.620	1.612

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui persamaan regresi antara lain :

$$\gamma = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2$$

$$Y = 0,351 + 0,170X_1 + 0,740X_2$$

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut dapat dikemukakan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 0,351 yang artinya variabel pengambilan keputusan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas *Cyber Crime* (X1) dan variabel tingkat kepercayaan (X2) sebesar 0,351 yang mengindikasikan bahwa sebelum mengambil keputusan menggunakan produk *E-banking* persepsi mahasiswa cukup baik.
- b. b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,170 menunjukkan bahwa variabel *Cyber Crime* (X1) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Jika

variabel *Cyber Crime* (X1) meningkat 1% sehingga pengambilan keputusan akan meningkat sebesar 0,170.

- c. b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,740 menunjukkan bahwa variabel tingkat kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Jika variabel tingkat kepercayaan (X2) meningkat 1% sehingga pengambilan keputusan akan meningkat sebesar 0,740.

2. Uji t

Uji t atau disebut uji parsial, yaitu untuk menguji tingkat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 5% serta melakukan perbandingan t hitung dan t tabel. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Uji parsial (uji-t), apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ untuk derajat bebas (df) = $n-k-1$ adalah $96-2-1 = 93$. Berdasarkan tabel distribusi “t” diperoleh dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 yaitu $t_{\text{tabel}} =$ sebesar 1,661.

Tabel 4.7 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.351	1.795		.195	.845
1 Cyber Crime	.170	.087	.120	1.955	.054
1 Tingkat Kepercayaan	.740	.057	.804	13.050	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

Berdasarkan tabel diatas, sehingga dapat diketahui variabel antara lain :

- a. Pengaruh *Cyber Crime* terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking* pada mahasiswa IAIN Palopo.

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,955$ artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(1,955 > 1,661)$ dengan signifikansi sebesar 0,05 atau $0,054 > 0,05$. Sehingga, H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Cyber Crime* terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking* pada mahasiswa IAIN Palopo.

- b. Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking* pada mahasiswa IAIN Palopo.

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai $t_{hitung} = 13,050$ artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(13,050 > 1,661)$ dengan signifikansi sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Sehingga, H_0 diterima dan H_2 ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel tingkat kepercayaan terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking* pada mahasiswa IAIN Palopo.

3. Uji F

Uji simultan (uji f) digunakan untuk menguji secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengujian uji f ini adalah dengan membandingkan nilai f maka terlebih dahulu harus menentukan derajat kebebasan (df) dengan alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 dengan kriteria $n = 96$ dengan $f_{tabel} = f(k ; n-k-1) = f(2 ; 93)$ sehingga f_{tabel} dalam penelitian ini adalah 3,09. Pengujian uji f ini menggunakan SPSS 20 dengan hasil dibawah ini :

Tabel 4.8 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1627.722	2	813.861	165.657	.000 ^b
	Residual	456.903	93	4.913		
	Total	2084.625	95			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Cyber Crime

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

Dari hasil tabel diatas diperoleh f_{hitung} sebesar 165,657, yang menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $165,657 > 3,09$. Hal ini membuktikan bahwa variabel independen {*Cyber Crime* (X1) dan Tingkat Kepercayaan (X2)} secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen {Pengambilan Keputusan (Y)} sehingga H_0 3 diterima dan H_a 3 ditolak.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.781	.776	2.217

a. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Cyber Crime

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh hasil dari summary, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,781 atau 78,1%. Sehingga besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,781 atau 78,1% sedangkan sisanya sebesar 0,219 atau 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *cyber crime* (X1) dan tingkat kepercayaan (X2) terhadap keputusan penggunaan *E-banking* pada mahasiswa IAIN kota Palopo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa IAIN Kota Palopo dengan jumlah sampel sebesar 96 orang responden.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi di lokasi penelitian dan membagikan kuesioner (angket) kepada responden guna mengetahui pengaruh *cyber crime* dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking*. Kuesioner (angket) dalam penelitian ini terdiri 24 pernyataan, setiap butir pernyataan memiliki alternatif jawaban antara lain : SS (Sangat Setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, N (Netral) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2, STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1.

Setelah diperoleh data dari hasil kuesioner (angket) maka peneliti melakukan analisis data tersebut dengan menggunakan metode analisis uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda. Adapun beberapa metode uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sedangkan metode regresi linear berganda yaitu uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), dan uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil pengujian data dalam penelitian ini dapat diperoleh hasil yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh Cyber Crime (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan Produk *E-banking* (Y)

Berdasarkan uji parsial (uji t), variabel *cyber crime* diperoleh t_{hitung} sebesar 1,955 dan t_{tabel} 1,661 atau $1,955 > 1,661$ atau $1,955 > 1,661$ dan tingkat signifikan variabel kualitas pelayanan $0,054 < 0,05$ sehingga dapat diketahui bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya ada hubungan antara variabel Cyber Crime (X1) dan keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas maka variabel *cyber crime* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y) berarti mempunyai pengaruh yang cukup besar. Hal ini mengindikasikan bahwa *cyber crime* mempunyai pengaruh yang cukup besar yang sudah banyak diketahui atau tidak asing lagi di mata para mahasiswa IAIN Kota Palopo sehingga bisa saja dapat mempengaruhi dalam memutuskan menggunakan produk *E-Banking*.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Julianda Fitri, dengan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime Terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan)*". yang menyatakan bahwa pengaruh *cyber crime* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah sehingga bisa sajaakan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan menggunakan produk *E-banking*.

2. Pengaruh Tingkat Kepercayaan (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan Produk *E-banking* (Y)

Berdasarkan uji parsial (uji t), variabel tingkat kepercayaan diperoleh t_{hitung} sebesar 13,050 dan t_{tabel} sebesar 1,661 atau $13,050 > 1,661$ dan tingkat signifikan variabel tingkat kepercayaan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diketahui bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya ada hubungan antara variabel tingkat kepercayaan (X2) dan keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas maka variabel tingkat kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y) yang berarti mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan penggunaan produk *E-banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan sangat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan produk *E-banking* pada mahasiswa IAIN Palopo.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuslia Naili Rahmah, "*Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*". Yang menyatakan bahwa penggunaan *internet banking*, *client charter*, kerahasiaan data nasabah, *test and trial drive*, dan *customer support service* memberikan sumbangan sebesar 26,3% terhadap *cyber crime* sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah untuk menggunakan produk *E-banking*.

Penelitian ini juga didukung oleh teori Menurut McKnight et al. dalam (Bachmann & Zaheer, 2006), bahwa kepercayaan sendiri dibangun oleh pihak-

pihak yang tidak saling mengenal baik dalam interaksi maupun dalam proses transaksi. Oleh karena itu perdagangan, komunikasi serta interaksi dunia maya sangat mengedepankan aspek kepercayaan. Apabila kepercayaan itu tidak ada maka akan berakibat pada tidak lakunya produk yang dijual, sebab komunitas dunia maya hanya bisa mengandalkan kepercayaan

3. Pengaruh *Cyber Crime* (X1) dan Tingkat Kepercayaan (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan Produk *E-banking* (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji simultan (uji f) diperoleh f_{hitung} sebesar 165,657 dan f_{tabel} sebesar 3,09 atau $165,657 > 3,09$ sehingga dapat diketahui H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa variabel independen {*cyber crime* (X1) dan tingkat kepercayaan (X2)} secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen {keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y)} pada mahasiswa IAIN kota Palopo.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian pengaruh *cyber crime* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y)
2. Hasil penelitian tingkat kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk *E-banking* (Y)
3. Hasil penelitian pengaruh *cyber crime* (X1) dan tingkat kepercayaan (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pengambilan produk *E-banking* (Y)

B. Saran

Adapun saran-saran peneliti yang dapat ditarik dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi para pengguna produk *E-banking* sangat penting untuk lebih waspada terhadap sistem online produk perbankan, resiko yang terjadi pada suatu sistem juga perlu diketahui karena ketika diharapkan ketika sudah menggunakan layanan perbankan seorang nasabah akan merasa lebih aman.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil sampel dari beberapa tempat yang populasinya lebih besar lagi dan dapat juga menambah variabel-variabel yang lain ke dalam penelitian agar didapatkan hasil yang lebih akurat sehingga menjadi perbandingan dengan penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Nur, 'Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Di Surabaya', *Artikel Ilmiah*, 2016.
- Daliyanik, Prapti, 'Hubungan E-Banking Dalam Meningkatkan Citra Produk Tabungan IB Plus Dan Kartu BNI Syariah', *Jurnal Etikonomi*, 12.2 (2013).
- Darmawi, Herman, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011).
- Febrian Kwarto dan Madya Angsito, "Pengaruh Cyber Crime Terhadap Cyber Security Compliance di Sektor Keuangan," *Jurnal Akuntansi Bisnis* 11, no. 2 (2018): 102, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/1382/1198>.
- Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0* (Bengkalis-Riau: Dotplus Publisher, 2021).
- Fitri, Julianda, "Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime Terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan)," (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Banda Aceh, Universitas Islam Ar-raniry Banda Aceh, 2021.
- Fitriyani, Eka Laila, "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-banking (Studi pada Nasabah BNI Syariah KC Teluk Betung)," (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Bandar Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Hadijah Syamsul, Basri Modding dan Ratna Dewi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Dessert pada By.Uwibama di Kota Makassar", *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol 4. No. 2 (April 2021): 13-15, <file:///C:/Users/VITARA~1/AppData/Local/Temp/794-Article%20Text-3024-1-10-20210420.pdf>.
- Haditya, Faturrahman, "Pengaruh Cyber Crime terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk E-Banking (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah di Wilayah Yogyakarta)," (Skripsi Program Studi Perbankan Syariah), Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2020.
- Hius, Jurnalis J., Jummaid Saputra, Anhar Nasution, 'Mengenal Dan Mengantisipasi Kegiatan Cybercrime Pada Aktifitas Online Sehari-Hari

Dalam Pendidikan, Pemerintahan, Dan Industri Dan Aspek Hukum Yang Berlaku', *Prosiding SNIKOM*, 2014.

Husnah, Arini Mar'atul, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)*," (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga), (2015).

Jaya, I Made Laut Mertha, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Quadrant, 2020).

Maskun, *Kejahatan Siber (Cyber Crime)* (Jakarta: Kencana, 2013).

Muhammad Jubaidi dan Nurulfadila, "Dampak Negatif CyberBullying Sebagai Cyber Crime di Instagram," *Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi* 12, no. 2 (2020): 122, <https://rjfahuinib.org/index.php/shaut/article/view/327/303>.

Nurhapsari, Risma, and Ahmad Sahri Romadon, 'Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada BNI 46 KC Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi', *Majalah Ilmiah Solusi*, Vol. 18.No. 4 (2020).

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "*Manajemen Pemasaran*", Edisi 12, (Jakarta: PT. Indeks, 2007). h. 235-243.

Pratama, Eva Argarini, 'Optimalisasi Cyberlaw Untuk Penanganan Cybercrime Pada E-Commerce', *Jurnal Bianglala Informatika*, Vol. 1.No. 1 (2013).

Putri, Syilvia Pratama, "*Pengaruh Kemudahan Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah dari Cyber Crime terhadap Kepercayaan Pengguna Internet Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi)*," (Skripsi Program Studi S1 Perbankan Syariah), Bukittinggi, Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, 2020.

Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Jurnal Al Fathonah* 1, no. 1 (2020): 350, <https://jurnal.stitbb.ac.id/index.php/al-fathonah/issue/archive>

Rahmah, Yuslia Naili, "*Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*," (Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi), Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.

Raodia, "Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Terjadinya kejahatan Mayantara (CyberCrime)," *Jurnal Jurisprudentie* 6, no.2 (2019): 233-234,

<https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/Jurisprudentie/article/view/11399/7769>.

Rival, Veithzal and Rifki Ismail, *Islamic Risk Management For Islamic Bank* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013).

Sari, Febrina, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

Setyaningsih, Eka Dyah, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank BTN', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 22.No. 1 (2017).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).

Sugiono, " *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*", Cet. 12. (Bandung: Alfabeta, 2014). h. 13.

Suharini, Mike, 'Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking', *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, Vol. 15.No. 3 (2008).

Utami, Rinjani Meisy Prina, "*Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap*," (Skripsi Jurusan Perbankan Syari'ah), Purwokerto, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020.

Yoyo Indah Gunawan Sonia Fuji Lestari, "Dampak Media Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Muka Padat Wardah PT. Paragon Technology And Innovation (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Angel Kosmetik Pasar Cileungsi)," *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 12, no. 02 (2020): 81, <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/479>.



LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

**Pengaruh *Cyber Crime* dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pengambilan
Keputusan Penggunaan Produk E-Banking**

A. Identitas responden

Nama : _____
Jenis kelamin : laki-laki
: perempuan
Program Studi : _____
Fakultas : _____

B. Petunjuk pengisian

Berilah tanda centang (✓) yang paling sesuai menurut anda dengan kriteria sebagai berikut :

Jawaban	Skor	Kode
Sangat tidak setuju	1	STS
Tidak setuju	2	TS
Cukup setuju	3	CS
Setuju	4	S
Sangat setuju	5	SS

C. Pertanyaan/pernyataan

No	Pertanyaan/pernyataan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
A. Cyber Crime (X1)						

➤ Pengalaman						
1	Saya pernah mengalami kejahatan cyber dalam dunia perbankan khususnya					
2	Saya pernah mengalami cyber crime, berupa craking, hacking, ataupun sebagainya					
➤ Perlindungan						
1	Pengendalian yang diberikan bank cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya					
2	Bank menjaga privasi atas informasi nasabah dan memberikan pelayanan yang berkualitas					
3	Kerahasiaan data saya terjamin dalam transaksi menggunakan E-banking					
➤ Pengetahuan						
1	Saya mengetahui undang-undang atau peraturan yang mengatur secara khusus tentang cyber crime					
2	Saya mengetahui resiko dan konsekuensi negatif yang mungkin					

	terjadi akibat dari cyber crime					
B. Tingkat Kepercayaan (X2)						
➤ Reputasi						
1	Kepercayaan saya akan tetap terjaga meski kasus kejahatan pernah dialami					
➤ Keamanan dan Kenyamanan						
1	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui E-banking					
2	Transaksi yang dilakukan melalui E-banking aman dan terpercaya karena dijamin kerahasiaannya					
3	Saya merasa E-banking telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang baik					
➤ Manfaat						
1	E-banking menjadikan pekerjaan mudah dalam melakukan kegiatan perbankan karena kecepatan aksesnya					
2	Menggunakan E-banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja					

3	Dengan menggunakan E-banking transaksi perbankan yang saya lakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di teller atau ATM					
4	Dengan E-banking kebutuhan mendesak saya dapat cepat teratasi					
5	Saya dapat bertransaksi dengan E-banking dengan cepat tanpa harus mengantri di bank					
C. Pengambilan Keputusan (Y)						
➤ Persepsi Melihat Kinerja Bank						
1	Saya merasa pihak perbankan menjalankan bisnis yang kompeten					
2	Saya merasa pihak perbankan mampu menjamin nasabahnya terbebas dari bahaya dan risiko atau keragu-raguan dari E-banking					
➤ Kepuasan						
1.	Saya merasa puas dan nyaman setelah menggunakan layanan E-banking					
2.	Saya akan merekomendasikan layanan E-banking ke orang lain					
➤ Penyediaan Informasi						

1.	Saya percaya perbankan mampu memberikan dan menyediakan informasi apabila terjadi kendala saat menggunakan E-banking					
➤ Kontak Dengan Nasabah						
1.	Saya merasa perbankan selalu membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh nasabah terkait E-banking					
➤ Pertimbangan Kualitas Pelayanan						
1.	Saya merasa pihak perbankan mampu memberikan pelayanan jasa dengan cepat					
➤ Pertimbangan Worth Of Mouth						
1.	Saya mencari dan mempertimbangkan informasi dari orang lain untuk menggunakan produk E-banking					

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Cyber Crime (X1)

X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	TOTAL
4	3	3	3	3	2	4	22
2	2	4	4	4	4	2	22
3	3	4	4	4	4	4	26
3	3	4	4	4	4	4	26
2	2	2	4	3	3	4	20
1	1	4	4	4	2	2	18
2	3	3	4	3	3	4	22
3	4	3	4	4	3	4	25
2	2	4	4	4	4	4	24
2	2	3	4	4	2	3	20
2	2	5	5	5	3	4	26
3	2	3	4	4	4	4	24
2	2	4	5	5	4	4	26
2	2	5	5	5	5	5	29
5	4	5	5	5	3	4	31
2	1	4	5	5	3	4	24
2	2	5	5	5	3	4	26
3	3	4	4	4	4	4	26
2	2	3	3	4	3	3	20
2	2	4	4	4	3	3	22
3	3	4	4	4	3	4	25
3	3	2	4	4	3	3	22
4	3	3	3	3	4	2	22
2	2	4	4	4	4	4	24
2	2	4	4	4	3	4	23
3	3	3	3	3	3	3	21
3	4	4	4	4	3	5	27
3	3	4	4	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	21
3	4	4	4	3	3	4	25

Tingkat Kepercayaan (X2)

X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	TOTAL
2	3	3	3	4	4	4	4	3	30
3	4	4	4	4	4	5	5	4	37
3	4	4	4	5	4	4	4	4	36
3	3	4	3	4	4	3	3	4	31
2	4	3	4	4	4	4	3	4	32
4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
2	4	3	2	4	4	4	4	4	31
3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
3	5	5	5	5	5	5	5	5	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
2	5	5	5	5	4	5	4	5	40
3	4	4	4	5	5	5	5	5	40
3	4	5	5	5	5	5	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
2	3	4	1	2	1	2	3	4	22
2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
2	3	3	3	4	4	4	5	5	33
3	4	4	2	5	4	4	4	4	34
2	4	4	4	5	5	5	5	5	39
3	4	4	3	3	3	3	4	4	31
2	4	4	3	4	4	4	4	3	32

Pengambilan Keputusan (Y)

YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	TOTAL
3	2	3	3	3	3	3	3	23
4	5	4	4	4	4	4	3	32
4	3	4	4	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	4	2	29
4	3	4	3	4	3	3	3	27
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	2	3	3	3	3	3	3	23
3	4	4	4	4	4	3	5	31
3	3	4	5	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	3	5	5	5	5	36
4	3	5	5	4	4	4	4	33
5	5	5	4	4	4	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	4	3	4	3	4	28
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	2	3	2	1	2	5	23
4	4	4	3	4	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	3	3	4	3	27
4	3	4	5	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	2	3	3	3	3	3	3	23
4	4	4	3	3	3	3	4	28

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel

Uji Validitas dan Realibilitas Cyber Crime (X1)

Correlations

		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	TOTAL
X1P1	Pearson Correlation	1	.656**	.012	-.043	-.080	.191	.204*	.521**
	Sig. (2-tailed)		.000	.911	.679	.438	.063	.046	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1P2	Pearson Correlation	.656**	1	.136	.028	-.109	.133	.163	.536**
	Sig. (2-tailed)	.000		.185	.787	.292	.195	.112	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1P3	Pearson Correlation	.012	.136	1	.639**	.670**	.265**	.282**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.911	.185		.000	.000	.009	.005	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1P4	Pearson Correlation	-.043	.028	.639**	1	.704**	.387**	.372**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.679	.787	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1P5	Pearson Correlation	-.080	-.109	.670**	.704**	1	.348**	.310**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.438	.292	.000	.000		.001	.002	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1P6	Pearson Correlation	.191	.133	.265**	.387**	.348**	1	.513**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.063	.195	.009	.000	.001		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1P7	Pearson Correlation	.204*	.163	.282**	.372**	.310**	.513**	1	.652**
	Sig. (2-tailed)	.046	.112	.005	.000	.002	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.521**	.536**	.654**	.664**	.602**	.659**	.652**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

Reliability Statistics

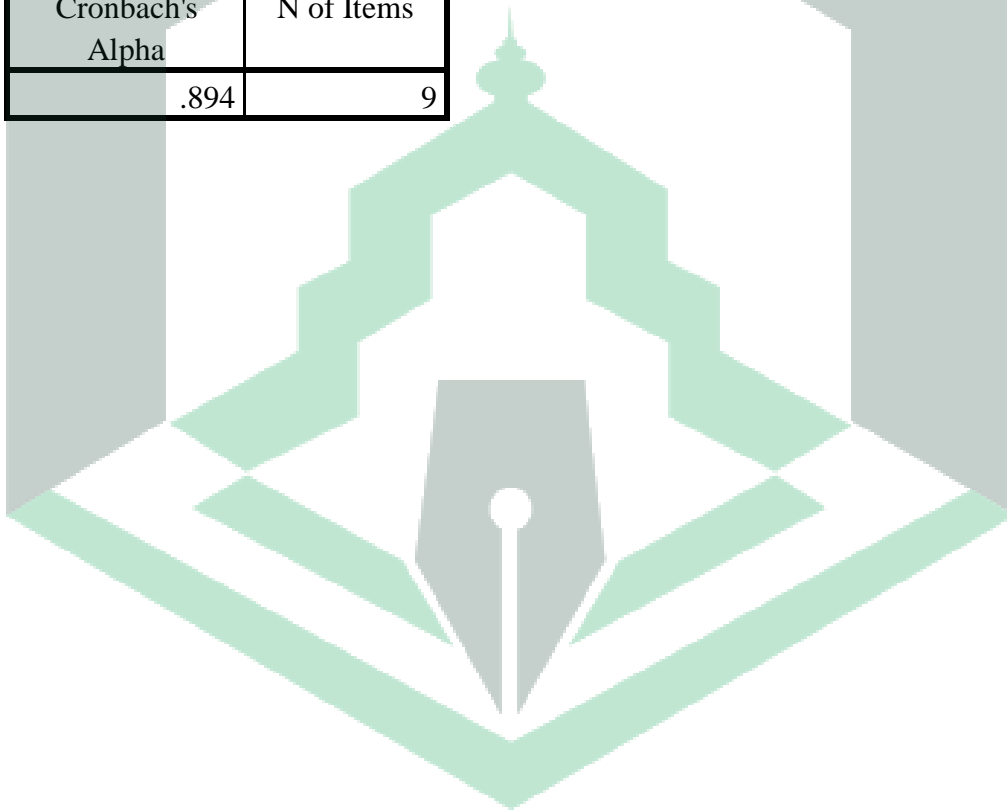
Cronbach's Alpha	N of Items
.709	7

X2P9	Pearson Correlation	.112	.526**	.478**	.440**	.604**	.670**	.782**	.769**	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.278	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.439*	.797**	.748**	.772**	.788**	.817**	.836**	.811**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	9



TOTAL	Pearson Correlation	.734**	.828**	.906**	.754**	.791**	.832**	.834**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	8



Lampiran 4 : Tabel Distribusi rtabel

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 5 : Tabel Distribusi t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 6: Tabel Distribusi f tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 7 : Dokumentasi Pengisian Kuesioner





PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 834/IP/DPMPSTP/VI/2023

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : MUTMA'INNAH
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Balandei Kota Palopo
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
NIM : 1904020084

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH CYBER CRIME DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PENGUNAAN PRODUK E-BANKING**

Lokasi Penelitian : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

Lamanya Penelitian : 12 Juli 2023 s.d. 12 September 2023

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
 2. Menaatikan semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
 3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
 4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
 5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditandatangani di Kota Palopo
pada tanggal 11 Juli 2023
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

ERICK K. SIGA, S.Sos
Pangreh. Parata Tk.I
NIP : 19830414 200701 1 005

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian



BERITA ACARA UJIAN SEMINAR HASIL

Pada Hari ini Jumat Tanggal 6 bulan Oktober tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil mahasiswa (i):

Nama : Mutmainnah
NIM : 1904020084
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Cyber Crime dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk E-Banking

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI ... 70 ...** dan masa perbaikan ... 1 ... pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- Skripsi diterima tanpa perbaikan
 Skripsi diterima dengan perbaikan
 Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. (Ketua Sidang/Penguji) ()
2. Dr. Fasiha, M.E.I. (Sekretaris Sidang/Penguji) ()
3. Ishak, S.EI., M.EI (Penguji I) ()
4. Akbar Sabani, S.EI., M.E. (Penguji II) ()
5. Hendra Safri, S.E., M.M. (Pembimbing I/ Penguji I) ()



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bittu Balandi Kota Palopo

E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada Hari ini Jumat Tanggal 13 bulan Oktober Tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

Nama : Mutma'innah
NIM : 1904020082
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Cyber Crime dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk E-Banking

Dinyatakan **LULUS UJIAN / ~~TIDAK LULUS~~** dengan **NILAI ...96%** dan masa perbaikan...**1** pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- Skripsi diterima tanpa perbaikan
 Skripsi diterima dengan perbaikan
 Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Ishak, S.EI., M.EI.
(Penguji I)
3. Akbar Sabani, S.EI., M.E.
(Penguji II)
4. Hendra Safri, S.E., M.M.
(Pembimbing I/Penguji I)

()
()
()
()



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

KARTU KONTROL
SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : MUTMA'INNAH
NIM : 1904020084
Prodi : Perbankan Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Jumat 25/11/2022	Suci Novita	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah		
2	Jumat 25/11/2022	Hermawan	Analisis komparasi tingkat literasi keuangan syariah Mahasiswa (studi kasus Mahasiswa IAIN Palopo dan UNANDA Palopo)		
3	Jumat 25/11/2022	Fitratumnisa	Persepsi Masyarakat terhadap Produk Pembiayaan di koperasi simpan pinjam Baitul Huda Syariah Kabupaten Luwu Utara		
4	Jumat 28/12/2022	Sahwa Devi Al Janna	Pengaruh strategi pemasaran BSI terhadap minat Masyarakat untuk menjadi Nasabah bank syariah di Kecamatan Sabrang		
5	Selasa 07/03/2023	Sri Hidayani	Strategi Pengujian BSI dalam menghadapi Resesi Perbankan		
6					
7					
8					
9					
10					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Takdir, SH., M.H
NIP 197907242003121002

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JL. Bitti No. Balandai Kota Palopo Telp (0471) 22076
E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL

Pada hari ini Selasa tanggal 16 bulan Mei tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Proposal mahasiswa (i):

Nama : Mutma'innah
NIM : 19 0402 0084
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Cyber Crime dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk E-Banking (Studi pada Mahasiswa IAIN Kota Palopo)

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** ...92... dan masa perbaikan ...1... pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- Proposal diterima tanpa perbaikan
 Proposal diterima dengan perbaikan
 Proposal ditolak dan seminar ulang

Dosen Pembimbing


Hendra Safri, S.E., M.M

Dosen Penguji


Akbar Sabani, S.EI., M.E

Ketua Prodi


Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 198610202015031001

Pengaruh Cyber Crime dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk E-Banking

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Percentage
1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
2	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.uny.ac.id Internet Source	2%
4	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
5	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	1%
6	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 1%

Exclude bibliography

On

RIWAYAT HIDUP



Mutma'innah, Lahir di Dusun Pabeta, Desa Manurung, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Timur, 4 April 2001.

Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Akmal dan ibu bernama Ardiana. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun

Pabeta, Desa Manurung, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis di SDN 232 Wulasi selesai pada tahun 2013. Kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 3 Malili dan selesai pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Luwu Timur dengan mengambil IPA dan lulus SMA pada tahun 2019. Penulis melanjutkan pendidikan S1 di IAIN Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan mengambil prodi Perbankan Syariah.

Contact Person Peneliti: mutmainnah_mhs19@iainpalopo.ac.id.