

Pengaruh Persepsi *Fraud* Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Studi Empiris Nasabah Bank Umum Pengguna Layanan *Mobile Banking*)

Triana Yuniati¹ , Rachmat Pramukty² . Srimarta Siburian³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

[triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto: triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id)
 [rachmat.pramukty@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto: rachmat.pramukty@dsn.ubharajaya.ac.id)
 [srimartasiburian24@gmail.com](mailto: srimartasiburian24@gmail.com)

Abstract

This study aims to determine the effect of fraud perception and trust on the use of mobile banking on commercial bank customers who use mobile banking services in Indonesia, Bekasi city. This type of research is descriptive quantitative. The population in this study are commercial bank customers who use mobile banking services for less than six months. The sampling technique used is random sampling, which uses a sample of 60 commercial bank customers who use mobile banking services. The data was obtained from distributing questionnaires via google form to respondents. Data analysis in this study used convergent validity test, discriminant validity test, reliability test, and hypothesis testing.

The results of this study indicate that (1) the perception of fraud has a influence on the use of mobile banking services (2) trust has a influence on the use of mobile banking services, and (3) the perception of fraud and trust has a simultaneous influence on the use of mobile banking services.

Keywords: Mobile Banking, Fraud Perception, Trust, Use of Mobile Banking Services

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi *fraud* dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* pada nasabah Bank Umum pengguna layanan *mobile banking* di Kota Bekasi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Umum yang menggunakan layanan *mobile banking* kurang dari kurun waktu enam bulan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*, yang menggunakan sampel sebanyak 60 nasabah bank umum pengguna layanan *mobile banking*. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui google form

kepada responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, uji reliabilitas, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi *fraud* memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking* (2) kepercayaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking*, dan (3) persepsi *fraud* dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, Persepsi *Fraud*, Kepercayaan, Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Indonesia kini menapaki era industri 4.0, Dimana ditandai dengan serba digitalisasi. Banyak sektor industri yang mengalami perubahan dari segi digital tentunya. Salah satu sektor industri yang ikut dipengaruhi di era ini adalah industri perbankan, dimana banyak layanan ditawarkan

Kepada nasabah yang hanya dapat diakses melalui *smartphone*. Ditambah dengan naiknya isu terkait pandemi covid-19 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat penggunaan transaksi digital meningkat signifikan. Hal ini diikuti seiring dengan perubahan perilaku nasabah yang mulai beralih menggunakan transaksi secara daring. Namun di era ini akan terus menghadirkan banyak perubahan-

Perubahan yang tidak bisa dibendung. Diantaranya, nasabah bank banyak beralih menggunakan *mobile banking* yang kerap disebut dengan istilah *M-Banking*.

Pengembangan layanan Bank Umum tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga memberikan service yang disesuaikan dengan kebutuhan dan Gaya hidup nasabah. Bank Umum merupakan bank

yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lintas pembayaran.

Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *mobile banking* salah satu bagian dari layanan bank yaitu *E-banking*. *Mobile banking* adalah salah satu layanan dari *elektronik banking* yang ditawarkan oleh pihak perbankan untuk melakukan transaksi melalui aplikasi yang tentunya dengan mengunduh layanan *mobile* di *smartphone*.

Keamanan *mobile banking* juga dipertanyakan setelah adanya kasus pembobolan rekening via nomor ponsel yang dialami seorang wartawan senior Indonesia Ilham Bintang yang mengalami kerugian hampir ratusan juta. Maka dari itu, Rudi Adiarto seorang pengamat IT menyarankan agar pihak perbankan menambah sistem keamanan *mobile banking* seperti penggunaan teknologi identifikasi device id (CNBC Indonesia, 2020).

Maraknya kecurangan yang terjadi mengharuskan pihak perbankan khususnya Bank Umum menerapkan strategi Anti *fraud* sebagai upaya untuk mencegah terjadinya tindak kecurangan. Aturan ini juga diperkuat dengan mulai diberlakukan 19 Desember 2019 Peraturan

Otoritas Jasa Keuangan Nomor 39/POJK.03/2019 tentang penerapan strategi Anti *fraud* bagi Bank Umum.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi *fraud* terhadap keputusan nasabah Bank Umum menggunakan layanan *mobile banking* ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah Bank Umum menggunakan layanan *mobile banking* ?
3. Bagaimana pengaruh secara simultan antara persepsi *fraud* dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah Bank Umum menggunakan layanan *mobile banking*?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi *fraud* terhadap keputusan nasabah Bank umum menggunakan layanan *mobile banking*
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah Bank Umum menggunakan layanan *mobile banking*
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara persepsi *fraud* dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah Bank umum menggunakan layanan *mobile banking*.

Batasan Penelitian

Peneliti membatasi masalah hanya pada pengaruh persepsi *fraud* terhadap keputusan nasabah Bank Umum menggunakan layanan *mobile banking*, pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah Bank Umum menggunakan *mobile banking*, dan pengaruh secara simultan antara persepsi *fraud* dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah

Bank Umum menggunakan layanan *mobile banking*.

2. Landasan Teori

Audit

Proses audit dilaksanakan oleh pihak yang kompeten dan dilakukan secara objektif dan tidak memihak yaitu untuk melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan sebuah entitas atau perusahaan secara berkala.

Dalam bukunya yang berjudul “*Auditing dan Assurans: Integrated and Comprehensive edition*” Hery (2017: 13) mengungkapkan bahwa pada umumnya audit dapat dikelompokkan menjadi Lima jenis, yaitu:

1. Audit laporan keuangan
2. Audit pengendalian internal,
3. Audit ketaatan
4. Audit operasional
5. Audit forensic

Akuntansi Forensik



Menurut Tuanakotta, Theodorus M dalam bukunya yang berjudul “*Akuntansi Forensik dan Audit Investigatif*” mengemukakan bahwa akuntansi forensik juga dapat dilihat melalui cara lain yang diistilahkannya sebagai Segitiga Akuntansi Forensik, dimana konsep hukum penting dalam menetapkan ada atau tidak terjadinya kerugian, jika ada bagaimana konsep perhitungannya. Pada titik kedua segitiga

akuntansi forensik merupakan perbuatan melawan hukum. Tanpa adanya konsep pada titik kedua ini tidak ada yang dapat dituntut dalam menggantikan kerugian. Pada titik ketiga terdapat adanya hubungan antara kerugian dan perbuatan melawan hukum atau keterkaitan antara hubungan kausalitas pada kerugian dan perbuatan melawan hukum.

Persepsi pada Fraud

Pengertian Fraud

Fraud yang dikenal dalam akuntansi yaitu kekeliruan (*error*) dan kecurangan (*fraud*) yang membedakan keduanya ini adalah *error* merupakan tindakan yang tidak disengaja atau murni kesalahan yang dilakukan sedangkan *fraud* merupakan tindakan yang sengaja dilakukan untuk memperkaya diri sendiri maupun kelompok, tindakan ini merupakan tindakan ilegal atau tindakan yang melawan hukum dimana ada pihak yang dirugikan biasanya dalam skala besar.

Jenis-Jenis Fraud

Para ahli mengidentifikasi *fraud* yang dilakukan oleh perusahaan ataupun organisasi ada tiga jenis. Tetapi seiring berkembangnya teknologi juga menimbulkan jenis-jenis *fraud*, diantaranya adalah kejahatan kerah putih (*white collar crime*) dan pencucian uang (*money loundring*). Maka dapat diuraikan dibawah ini jenis *fraud* berdasarkan identifikasi para ahli, yaitu:

1. *Fraud* atas laporan keuangan (*fraudulent statements*)
2. Penyalahgunaan asset (*asset misappropriation*)
3. Korupsi (*corruption*)

Faktor- faktor timbulnya fraud

1. *Pressure*, dimana individu berada di bawah tekanan untuk melakukan *fraud*.

2. *Opportunities*, yaitu situasi yang membuka peluang bagi manajemen atau karyawan untuk melakukan *fraud*.
3. *Rationalization*, yaitu sikap atau karakter yang memungkinkan manajemen atau karyawan melakukan tindakan tidak jujur.

Starategi Anti Fraud Pada Perbankan

Menurut pasal satu angka dua Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 39/POJK.03/2019 tentang Penerapan Strategi anti *fraud* bagi bank umum, *fraud* adalah tindakan menyimpang yang dilakukan secara sengaja untuk mengelabui, menipu, atau memanipulasi bank, nasabah, atau pihak lain, yang terjadi dilingkungan bank ataupun menggunakan sarana bank seperti internet banking, ATM, mobile banking, SMS banking, dan lain sebagainya sehingga mengakibatkan kerugian bank, nasabah maupun pihak terkait lainnya.

Adapun strategi anti *fraud* untuk bank umum adalah sebagai berikut:

1. Pencegahan.
2. Deteksi.
3. Investigasi, Pelaporan, dan Sanksi.
4. Pemantauan, Evaluasi, dan Tindak Lanjut.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan dalam keandalan dan integritas yang dimiliki seseorang dengan mitranya. Saat nasabah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan *mobile banking* tersebut, maka dapat dijadikan ukuran untuk meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Pada dasarnya kepercayaan ini merupakan hal yang penting yang mendorong nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Terdapat

beberapa indikator kepercayaan, sebagai berikut:

1. Keandalan
2. Kepedulian
3. Kredibilitas

Penggunaan Mobile Banking

Mobile banking dapat digolongkan menjadi tiga golongan (Wulandari, 2017) diantaranya; *informational* (bersifat memberikan informasi), *Communicative* (bersifat komunikatif), dan *Transactional* (dapat

melakukan transaksi). Banyak manfaat yang dirasakan oleh pengguna layanan *mobile banking* ini.

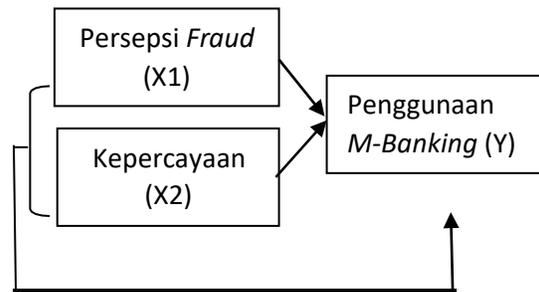
Fitur-fitur yang ditawarkan pihak bank keseluruhannya hampir mirip antara lain, layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, lokasi cabang atau ATM terdekat), layanan transaksi (transfer, pembayaran tagihan), pembelian dan berbagai fitur lainnya.

Sikap merupakan evaluasi dalam waktu lama tentang hal yang disukai atau tidak disukai seseorang, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan terhadap beberapa objek atau ide (Kotler dan Keller, 2009). Bahwa sikap pengguna secara keseluruhan dalam menggunakan teknologi dan informasi merupakan faktor utama untuk menentukan apakah seseorang menggunakan sistem tersebut. Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna sistem, semakin besar pula keinginan untuk menggunakan sistem tersebut.

Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah suatu fungsi dari keyakinannya tentang objek itu danbgj merupakan respon penilaian yang evaluatif terkait dengan keyakinannya. Selanjutnya sikap dioperasionalkan berdasarkan faktor yang membentuk sikap, yaitu:

1. *Belief*
2. *Evaluasi*

Kerangka Pemikiran Teoritis



Adanya persaingan yang semakin kompetitif di dunia perbankan mengharuskan pihak perbankan harus mampu meningkatkan mutu perbankan dan kualitas pelayanannya sehingga menjadi daya tarik masyarakat untuk melakukan transaksi dan menggunakan layanan yang ditawarkan oleh bank tersebut.

Di samping itu pihak perbankan hendaknya mampu membangun hubungan dan komunikasi yang baik dengan nasabah, agar membuat nasabah percaya untuk menggunakan jasa perbankan dan seharusnya pihak perbankan memperkenalkan kepada nasabah pendeteksian *fraud* dalam pelayanan yang ditawarkan agar meminimalisir persepsi *fraud* oleh nasabah terhadap bank hal ini akan berimplikasi terhadap penggunaan layanan oleh nasabah.

Pengembangan Hipotesis

Kecurangan atau *fraud* dapat menimbulkan ketakutan seseorang dalam melangsungkan transaksi sebab aksi kecurangan dapat secara mudah diakses dalam berita manapun, baik digital maupun cetak (Lingga *at al*, 2019). Hal ini berarti seseorang menggunakan sistem atau layanan tersebut ditentukan oleh

persepsi yang dimiliki oleh konsumen tersebut terhadap kecurangan yang terjadi.

Kibets *at al*, 2019 menyatakan bahwa penipuan e-banking merupakan ancaman terhadap keamanan pihak bank, baik yang bersifat internal maupun bersifat eksternal. Penipuan dalam lingkup ini, diantaranya: informasi rahasia tentang nasabah bank didalamnya terdapat nomor kartu dan PIN, Nama pengguna dan akses ke sistem, sumber keuangan dari bank dan kliennya.

Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa persepsi seseorang terhadap adanya *fraud* yang terjadi di lingkup perbankan dapat mengubah seseorang akankah tetap menggunakan atau memutuskan tidak menggunakan layanan *mobile banking* atau layanan sejenisnya.

H1: Persepsi *Fraud* berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan layanan *mobile banking*

Dalam penelitian (Sariyati, 2017) menyatakan bahwa kepercayaan adalah salah satu kunci jangka panjang dalam strategi pemasaran sebuah perusahaan, karena dengan adanya hubungan yang baik antara konsumen dengan perusahaan, karena hal ini menjadi faktor dalam membangun kepercayaan nasabah yang memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Menurut Morgan dan Hunt, 1994 dalam (Sariyati, 2017) ada lima tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan yaitu, menjaga hubungan, menerima pengaruh, terbuka dalam komunikasi, mengurangi pengawasan, dan kesabaran akan faham oportunitis.

Keamanan berarti penggunaan sistem itu aman, risiko hilangnya dana atau informasi sangat kecil dan risiko pencurian rendah. Kerahasiaan berarti segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya tidak ada pihak ketiga yang mengetahuinya (Rizky *at al*, 2018).

Oleh karena itu semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap sistem atau layanan yang sedang atau digunakan memnuat nasabah tersebut tetap dan menggunakan sistem atau layanan tersebut. Pada penelitian ini juga menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* maka nasabah tersebut tetap menggunakannya.

H2: Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan layanan *mobile banking*

Penelitian terdahulu (Lingga *at al*, 2019) menunjukkan bahwa pengaruh persepsi *fraud* dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-commerce* terhadap intensi pembelian. Oleh karena itu peneliti memodifikasi dengan menggunakan penggunaan layanan *mobile banking* sebagai variabel dependen. Dalam penelitiannya Lingga *at al* menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi *fraud* dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-commerce*. Hal ini dibuktikan dengan semakin tinggi keinginan konsumen menggunakan *e-commerce* disaat pihak penyedia layanan memnuhi kewajibannya kepada pengguna layanan.

Oleh karena itu dalam penelitian ini juga menyimpulkan bahwa persepsi *fraud* dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Dibuktikan dengan 60 responden yang menjawab kuisioner yang disebar rata-rata memilih “tidak setuju” atas pernyataan negative terkait persepsi *fraud* dan memilih “setuju” atas pernyataan positif terkait kepercayaan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

H3: Persepsi *Fraud* dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*

3. METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Operasional Penelitian

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking* oleh nasabah Bank Umum yang terdapat di Kota Bekasi (Y) adalah Persepsi *Fraud* (X1) dan Kepercayaan (X2). Variabel-variabel ini dikembangkan menjadi beberapa indikator. Dimana Indikator-indikator ini dikembangkan dalam bentuk pernyataan yang berbentuk kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*.

Variabel Bebas (*independent*)

1. Persepsi *fraud* (X1)

Persepsi *Fraud* menjelaskan sejauh mana seseorang mengenali, menafsirkan bahwa dalam penggunaan suatu sistem terdapat *fraud* (kecurangan). Indikator untuk mengetahui Persepsi *Fraud* adalah kemungkinan terdapat kehilangan data, pencurian, biaya besar dan adanya penipuan. Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam bentuk kuisisioner dengan menggunakan skala *Likert*.

2. Kepercayaan (X2)

Faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi perbankan. Pranidana (2011) konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Indikator- indikator untuk mengetahui Kepercayaan adalah sistem kepercayaan dan sistem

keamanan dari pihak bank. Kemudian indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam bentuk kuisisioner dengan menggunakan skala *Likert*.

Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel yang terjadi karena adanya suatu perubahan dan variabel ini menjadi sebab timbulnya variabel *independent*. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependen* (Y) adalah Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Umum. Indikator untuk mengetahui Penggunaan Layanan *Mobile Banking* adalah keinginan menggunakan dan tetap menggunakan di masa depan. Indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dengan pilihan skala *Likert*.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi, khususnya pengguna layanan *mobile banking* bank umum dengan menyebarkan kuisisioner pada pengguna layanan tersebut. Waktu penelitian dilaksanakan selama April 2021 sampai dengan waktu yang sudah ditentukan.

Metode Pengambilan Sampel

Penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis metode *random sampling*. Dimana dalam pengambilan sampelnya peneliti "mencampur" subjek-subjek dalam populasi sehingga dianggap sama.

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Responden

Data responden pada penelitian ini terdiri dari berbagai data seperti, jenis kelamin, usia, pekerjaan, menggunakan layanan *m-banking* sejak, dan layanan apa yang digunakan. Ada enam Bank Umum

No.	Variabel	Cron. Alpha	Kriteria	Ket
1.	Persepsi <i>Fraud</i>	0,894	0,70	Reliabel
2.	Kepercayaan	0,741	0,70	Reliabel
3.	Penggunaan <i>M- Banking</i>	0,767	0,70	Reliabel

yang menjadi pilihan dalam pengisian kuisisioner ini seperti, *BCA Mobile*, *BNI Mobile*, *BRI Mo BRI*, *Living By Mandiri*, *Octo Mobile*, dan *Permata Bank*. Terdapat 60 responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner yang diberikan peneliti

Statistik Deskriptif

Variabel Persepsi *Fraud* dengan sampel sebanyak 60 memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum 36, dengan rata-rata sebesar 20,70 dan standar deviasinya sebesar 5,717

Untuk variabel Kepercayaan sebagai variabel dependen memiliki nilai rata-rata sebesar 28,87 dengan nilai minimum dan maksimum secara berurutan adalah 22 dan 36, dengan standar deviasi 3,154 sama dengan variabel persepsi *fraud* memiliki sampel sebanyak 60 sampel.

Penggunaan *Mobile Banking* sebagai variabel independen memiliki 60 sampel dengan nilai minimum sebesar 17 dan nilai maksimum 32 dengan rata-rata 25,03 dan standar deviasi sebesar 3.673.

Uji Validitas Data

Uji validitas menunjukkan bahwa r hitung positif dan lebih besar dari r tabel dengan $df = 60 - 2$ dan *degree of freedom* sebesar 0,05 yaitu 0,273 dan korelasi masing-masing skor butir pernyataan X1.1 sampai dengan X1.9, pernyataan X2.1 sampai dengan X2.8 dan Y1.1 sampai dengan Y1.8 menunjukkan variabel yang diteliti valid. Dikatakan valid karena r hitung $>$ r tabel.

Uji Realibilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari variabel Persepsi *Fraud*, Kepercayaan, dan Penggunaan *Mobile Banking* adalah reliabel, dimana nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari nilai kriteria yang telah ditetapkan yaitu 0,70 dan dapat untuk dilanjutkan ke uji berikutnya.

Uji Normalitas

Nilai signifikansi dari Uji K-S pada model regresi adalah 0,078 dengan *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,200 yang artinya lebih besar dari 0,05 Karena nilai sig lebih besar dari nilai 0,05 maka kesimpulannya adalah H_0 diterima dan berarti data pada penelitian berdistribusi secara normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Un.Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90793672
	Absolute	.078
Most Extreme Differences	Positive	.078
	Negative	-.049
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

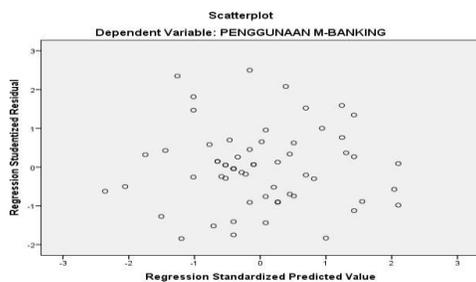
Uji Multikolinearitas

No.	Var.	VIF	Tolerance	Keterangan
1.	Persepsi <i>Fraud</i>	1,038	0,443	Tidak terjadi multikolinearitas
2.	Kepercayaan	0,973	0,492	Tidak terjadi multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat

disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah terjadinya multikolinearitas dibuktikan dengan nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,01.

Uji Heteroskedasitas



Menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar berada di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul pada bagian bawah atau bagian atas saja dan titik-titik data tidak membentuk gelombang maupun pola sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian.

Heteroskedasitas yang dilakukan dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedasitas. Sehingga model regresi yang baik terpenuhi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.351	2.959

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, PERSEPSI FRAUD

b. Dependent Variable: PENGGUNAAN M-BANKING

hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X2), dan Persepsi *Fraud* (X2) terhadap variabel Penggunaan *Mobile Banking* (Y) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,351 artinya 35,1 %. Hal ini berarti variabel Penggunaan *Mobile Banking* (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel Kepercayaan dan Persepsi *Fraud* sebesar 35,1 % dan sisanya 64,9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk ke dalam model regresi penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ yaitu 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu Persepsi *Fraud* (X1) dan Kepercayaan (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y). Sedangkan berdasarkan nilai F, nilai F hitung yang dihasilkan adalah sebesar 16,967 dan untuk F tabel ($k ; n-2 = 60-2$) maka F tabel sebesar 3,156. Maka dapat ditarik kesimpulan F hitung $> F$ tabel yang artinya hipotesis diterima dimana variabel Persepsi *Fraud* (X1) dan Kepercayaan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y).

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	297.024	2	148.512	16.967	.000 ^b
Residual	498.910	57	8.753		
Total	795.933	59			

a. Dependent Variable: PENGGUNAAN M-BANKING

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, PERSEPSI FRAUD

Uji Parsial (Uji T)

Hasil uji parsial menunjukkan nilai Signifikansi variabel Persepsi *Fraud* (X1) adalah sebesar 0,047. Karena nilai Sig 0,047 < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel Persepsi *Fraud* (X1) terhadap variabel Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y), yang artinya hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Lingga *at al.*, (2019) tentang pengaruh persepsi *fraud* terhadap penggunaan sebuah layanan.

Untuk variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,000 < probabilitas 0,05 maka terdapat pengaruh variabel Kepercayaan (X2) terhadap variabel Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y), yang artinya H2 diterima dan H02 ditolak.

Maka dapat ditarik kesimpulan variabel Persepsi *Fraud* (X1) dan Kepercayaan (X2) berpengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y).

5. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Persepsi *Fraud* dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (studi empiris nasabah bank umum pengguna layanan *mobile banking* di Kota Bekasi) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi *Fraud* (X1) berpengaruh terhadap variabel Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y).
2. Kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap variabel Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y).
3. Persepsi *Fraud* (X1) dan Kepercayaan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Y).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diteliti pada Pengaruh Persepsi *Fraud* dan Kepercayaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (studi empiris nasabah Bank Umum Pengguna Layanan *Mobile Banking*). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait, antara lain:

1. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam melakukan penelitian berikutnya dan dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel independen lainnya, seperti persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan persepsi risiko. Dan memperbanyak jumlah responden maupun memperluas ruang lingkup penelitian.

2. Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai pengaruh persepsi *fraud* dan kepercayaan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

3. Pihak Perbankan

Dapat digunakan sebagai pertimbangan dan evaluasi dalam meningkatkan sistem keamanan layanan *mobile banking* untuk mengurangi persepsi *fraud* oleh nasabah, dan menumbuhkan tingkat kepercayaan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. F. (2018). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*.
- Dewi, R. K. (2021). Kasus Pembobolan Rekening Rp 400 Juta, Ini Modus Yang Perlu Diwaspadai. *Kompas*.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kibets, D. (2019). ANTI-FRAUD TECHNOLOGIES IN E-BANKING. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 22(2), 1–6.
- Lingga, R. A., Mada, U. G., Tanjung, R. W., Mada, U. G., Putri, S. D., & Mada, U. G. (2019). *Pengaruh Persepsi Fraud Dan Kepercayaan Pada E-Commerce Terhadap Intensi Pembelian Online: Studi Empiris Pada Pengguna E-Commerce* (Issue April).
- Nustini, Y., & Fadhillah, N. (2020). Factors that Influence the Use of e- Banking and the Effect on Consumptivism. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9(1), 330–345.
<https://search.proquest.com/docview/2303159464?accountid=17242>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Bijak Ber-Electronic Banking. In *Bijak Ber-Ebanking*. Otoritas Jasa keuangan.
- Pouramirarsalani, M. K. dan A. N. (2017). Fraud Detection in E-banking By Using The Hybrid Feature Selection And Evolutionary Algorithms. *Semanticscholar*, 17.
- Prena, R. M. K. (2020). *Faktor-Faktor Pendukung Pencegahan Fraud Pada Bank Perkreditan Rakyat*. 5, 84–105.
- Puspita, W. (2019). *Pengaruh audit internal dan pengendalian intern terhadap pencegahan kecurangan*. Langlangbuana.
- Rizky, N., Yasa, N. P., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 191–202.
- Sariyati, B., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2017). *Komitmen Sebagai Variabel Intervening*. 6, 1–11.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D)*. Alfabeta.

Tuanakota, T. M. (2010). *Akuntansi forensik dan audit investigatif*. Salemba Empat.

Ummah, Z. (2019). *Pengelolaan manajemen risiko layanan mobile banking pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah KCP Purwodadi*. <http://eprints.walisongo.ac.id/10681/>

Yuniati, T., & Banjarnahor, E. (2019). *Indonesian Management and Accounting Research of External Auditor to Detect Fraud*. 18(02).