

**PENGARUH BENEFIT M-COMMERCE TERHADAP VALUE M-CHANNEL DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP INTENTION TO USE PADA TRANSAKSI SMS  
BANKING MANDIRI DI BANDUNG**

**Bayu Prihantoko<sup>1</sup>, Siska Noviaristanti<sup>2</sup>, S.si.<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

---

