

**ANALISIS *POSITIONING MOBILE BANKING* MENURUT PERSEPSI
MASYARAKAT DI INDONESIA BERDASARKAN *PERCEIVED
USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY* DAN *TRUST*
(Studi Kasus Pada *Mobile Banking* BCA, BRI, BNI, Mandiri)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

BELA PUSPITA DEWI

1401183545



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2022