



## **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo)**

**Mery Nababan<sup>1</sup>, Dahrul Siregar<sup>2</sup>, Eka Dewi Setia Tarigan<sup>3</sup>**

**1,2,3 Universitas Medan Area, Sumatera Utara, Indonesia**

**Jl. H. Agus Salim Siregar, Kenangan Baru, Kec. Medan Tembung, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20223**

**Email: merynbb18@gmail.com**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo)”. Penelitian ini disusun menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang mana penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo yang memakai *Mobile Banking* BRI. Sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang ditentukan menggunakan rumus *Chocran* karena jumlah populasi belum diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel yaitu pendekatan *purposive sampling*, yang mana peneliti dapat memilih sampel *purposive* secara subjektif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden dan kemudian diolah dengan menggunakan SPSS untuk mendapatkan hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian pada uji parsial ditemukan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BRI dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BRI, serta secara simultan persepsi kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BRI Pada Masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo. Melalui pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,240 artinya variabel Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap Minat Menggunakan. Nilai  $R^2$  sebesar 0,240 berarti Minat Menggunakan mampu dijelaskan oleh variabel Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan sebesar 24%, sedangkan sisanya sebesar 76% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar lingkup penelitian.

**Kata Kunci:** Alfabet, Anak Usia Dini, Unity 2D, Permainan Berbasis Android, Pembelajaran.

### **PENDAHULUAN**

Pada industri perbankan, baik bank konvensional maupun syariah telah berkembang teknologi dan telekomunikasi, dimana perbankan memanfaatkan teknologi internet dalam melakukan aktivitas sering disebut *E-Banking* atau *Internet Banking*.

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *Mobile Banking*.

*Mobile Banking* merupakan salah satu aplikasi yang digunakan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimana saja tanpa harus datang ke bank. Manfaat dari *Mobile Banking* yaitu untuk memenuhi kebutuhan pasar, memberi kemudahan kepada masyarakat untuk bertransaksi, untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit kendaraan, asuransi jiwa, dan transaksi nonfinansial lainnya yang terdapat didalam layanan *Mobile Banking*. Jumlah transaksi aplikasi *mobile* milik PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (BBRI), BRImo, melesat tajam sepanjang 2021. Jika dibandingkan dengan 2020, maka jumlah volume transaksi di BRImo tumbuh 581,1 persen. *Corporate Secretary* Bank BRI Aestika Oryza Gunarto mengatakan hingga akhir 2021 pengguna aplikasi BRImo mencapai 14,2 juta pengguna, tumbuh 56,4 persen dibandingkan dengan 2020 yang mencapai 9,1 juta pengguna. Kemudian jumlah transaksi meningkat sekitar 66,2 persen *year on year/yoy*, dari 766 juta transaksi pada 2020 menjadi 1,27 miliar transaksi pada 2021 ([www.finansial.bisnis.com](http://www.finansial.bisnis.com)).

Dalam penggunaannya, terdapat faktor-faktor atau variabel-variabel yang memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *Mobile Banking* diantaranya persepsi kemanfaatan. Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja (Jogiyanto, 2019:933).

Munculnya pembayaran menggunakan dompet digital menimbulkan pertanyaan apakah suatu aplikasi tersebut bisa diterima atau tidak di dalam masyarakat. Davis (1989) mengungkapkan dalam penelitiannya apakah suatu teknologi yang hadir di masyarakat bisa diterima atau tidak dengan teori yang dikenal *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut model TAM, perilaku adopsi suatu teknologi ditentukan berdasarkan dua variabel yang paling menentukan yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* memberikan efek secara langsung terhadap keinginan untuk mengadopsi penggunaan, sedangkan *perceived ease of use* memiliki efek secara langsung atau tidak dalam menerima penerimaan teknologi (Hadikusuma dkk 2019). Salah satu penelitian yang mengkonfirmasi keunggulan *Technology Acceptance*

Model dengan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki hasil yang mempengaruhi satu sama lain dalam *intention to continue use* (Tella & Olasina, 2014).

### **Minat Nasabah**

Menurut Kotler dan Keller (2012) minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Minat beli dapat diidentifikasi melalui dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial (Wibowo, dkk., 2015).

Menurut Amijaya (2010:22) indikator minat menggunakan *Mobile Banking* yang diukur melalui empat aspek yaitu:

1. Minat transaksional,
2. Minat referensial,
3. Minat preferensial,
4. Minat eksploratif.

### **Persepsi Kemanfaatan**

Persepsi kemanfaatan merupakan rasa percaya pada manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi. Berdasarkan Adamson dan Shine dalam Irmadhani dan Nugroho (2012) persepsi manfaat didefinisikan sebagai fondasi kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang mengenai penggunaan suatu teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kualitas kinerja seseorang. Oleh sebab itu, suatu perbankan sangatlah mempertimbangkan dalam pembuatan suatu sistem agar dapat dengan mudah diterima dikalangan masyarakat.

Berdasarkan teori TAM, Lui dan Jamieson (2013) indikator dari persepsi manfaat antara lain :

1. Meningkatkan produktivitas
2. Membuat pekerjaan menjadi lebih cepat
3. Mendukung aktivitas
4. Efektif
5. Bermanfaat.

### **Kepercayaan**

Menurut Mayer dalam Afghani, dkk., (2016) kepercayaan adalah keinginan satu pihak untuk mendapatkan perlakuan dari pihak lainnya dengan harapan bahwa pihak

lainnya akan melakukan tindakan penting untuk memenuhi harapan tersebut, terlepas dari kemampuannya untuk memonitor atau mengontrol pihak lain.

Adapun menurut McKnight dalam Suwarman (2016:173), seseorang membentuk dua indikator kepercayaan, yaitu:

1. Kepercayaan sungguh-sungguh
2. Kepercayaan perhatian.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:55), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (independen) mempengaruhi variabel yang lain (dependen). Penelitian asosiatif menggunakan teknik analisis kuantitatif atau statistik. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sehingga populasi adalah semua obyek, semua gejala, dan semua kejadian atas peristiwa yang akan dipilih harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo yang memakai *Mobile Banking* BRI.

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk menyimpulkan atau menggambarkan populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini sendiri menggunakan Teknik *NonProbability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pada penelitian ini, jumlah populasi belum diketahui secara pasti maka dari itu peneliti menggunakan rumus cochrane untuk menentukan banyaknya jumlah populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini. Ditentukan bahwa jumlah sampel minimal sebesar 97 responden demi mempermudah penelitian, namun peneliti akan mengambil sampel melebihi angka minimal di atas dengan penggenapan menjadi 100 responden.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

## 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2019) teknik analisis data adalah Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain tekumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Menurut Ghozali (2021) menuturkan bahwa analisis regresi adalah cara untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pemilihan analisis regresi berganda karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.674	2.038		2.784	.006
X1	.358	.097	.384	3.701	.000
X2	.413	.236	.181	1.747	.084

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 25 (2022)

Adapun *coefficients regresi* yang diperoleh dan penjelasannya yaitu :

$$Y = 5,674 + 0,358X_1 + 0,413X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut dapat, maka dapat dideskripsikan bahwa :

1. Konstanta ( $\alpha$ ) diperoleh dengan nilai sebesar 5,674 dengan arah yang positif, menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo.
2. Pada koefisien  $b_1$  ( $X_1$ ) diperoleh dengan nilai 0,358 dengan arah yang positif, hal tersebut menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ( $Y$ ), sehingga dapat diartikan bahwa apabila terjadi peningkatan pada persepsi kemanfaatan sebesar 1% maka minat menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo akan mengalami peningkatan sebesar 0,358.
3. Pada koefisien  $b_2$  ( $X_2$ ) diperoleh dengan nilai 0,413 dengan arah yang positif, hal tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ( $Y$ ), sehingga dapat diartikan bahwa apabila terjadi peningkatan pada kepercayaan sebesar 1% maka minat menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo akan mengalami peningkatan sebesar 0,413.

### Uji Parsial (Uji T)

Pengujian parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui secara terpisah atau parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengaruh variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kompetensi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha (variabel dependen) secara terpisah atau parsial. Berikut ini disajikan hasil uji parsial (uji t) sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.674	2.038		2.784	.006
	X1	.358	.097	.384	3.701	.000
	X2	.413	.236	.181	1.747	.084

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 25 (2022)

Berdasarkan hasil pengujian parsial (Uji t) yang dipaparkan pada Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai signifikansi Persepsi Kemanfaatan sebesar  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan maka, hipotesis pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan ( $H_1$ ) diterima.
2. Nilai signifikansi Kepercayaan sebesar  $0,084 > 0,05$  menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Menggunakan maka, hipotesis pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan ( $H_2$ ) ditolak.

### Uji Simultan (Uji F)

Pengujian statistik F dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara simultan mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.949	2	70.474	17.479	.000 <sup>b</sup>
	Residual	391.091	97	4.032		
	Total	532.040	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 25 (2022)

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang ditunjukkan dalam tabel di atas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $17,479 > F_{tabel}$  3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa model regresi persepsi kemanfaatan dan kepercayaan pada penelitian ini layak digunakan untuk memprediksi minat menggunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan secara simultan (bersama-sama) dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kepercayaan. Dengan demikian  $H_3$  diterima.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut ini disajikan hasil koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.505 <sup>a</sup>	.255	.240	1.99730

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 25 (2022)

Menurut Ghozali (2016), peneliti dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik karena *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

Pada tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi  $R^2 = 0,240$  artinya variabel Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap Minat Menggunakan. Nilai  $R^2 = 0,240$  berarti Minat Menggunakan mampu dijelaskan oleh variabel Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan sebesar 24%, sedangkan sisanya sebesar 76% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar lingkup penelitian.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya persepsi kemanfaatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gultom dan Safitry (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang ada pada aplikasi *Mobile Banking* BRI dapat menimbulkan minat untuk menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat di Kelurahan Tanjung Rejo.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,831 > 0,05$  artinya kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fernos dan Alfadino (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa rasa percaya terhadap aplikasi *Mobile Banking* BRI belum cukup baik sehingga belum dapat menimbulkan minat untuk menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat di Kelurahan Tanjung Rejo.

### **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan**

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar  $17,479 > F$  tabel 3,09 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya persepsi kemanfaatan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat

menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila rasa percaya dan manfaat terhadap aplikasi *Mobile Banking* BRI secara bersama-sama diperbaiki dapat menimbulkan minat untuk menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat di Kelurahan Tanjung Rejo.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan pengujian dilakukan terhadap masyarakat di Kelurahan Tanjung Rejo berikut ini dapat disampaikan beberapa simpulan secara parsial persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo BRI pada Kelurahan Tanjung Rejo, secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo BRI pada Kelurahan Tanjung Rejo dan secara simultan persepsi kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* BRI pada masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo BRI pada Kelurahan Tanjung Rejo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, Faqih, M., & Yulianti, E. 2016. Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya (2017): . *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113–128.
- Amijaya, G. R. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA). In Universitas Stuttgart.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://www.jstor.org/stable/249008>
- Ghozali, I. 2021. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 26 (Edisi 10). Badan Penerbit UNDIP.
- Irmadhani, dan Nugroho, M. A. 2012. Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 1–20.
- Jogiyanto, H. M. 2019. Sistem Informasi Keperilakuan. Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2019. Manajemen Pemasaran (Terjemahan oleh BOB Sabran MM (ed.); Edisi Ke-4). Erlangga.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
- Suwarman, U. 2016. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.
- Tella, A., dan Olasina, G. 2014. Predicting Users' Continuance Intention Toward E-payment System: An Extension of the Technology Acceptance Model. *International Journal of Information Systems and Social Change (IJISSC)*, 5(1), 47–67.
- Wibowo, Ferry, S., Rosmauli, D., dan Suhud, U. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-

Mery Nababan - Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap...

*Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Tanjung Rejo)*

*Mery Nababan, Dahrul Siregar, Eka Dewi Setia Tarigan*

Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Riset Manajemen Sains Indonesia, 6(1), 440-456.

