

**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**