

Analisis dampak saluran komunikasi dalam mengadopsi mobile banking = Analysis of the communication channels impact on mobile banking adoption

Jeannette Zes Giovani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20429517&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dalam industri finansial khususnya jasa perbankan telah mengalami perkembangan dari Automated Teller Machines (ATMs), Telephone Banking, Internet Banking, dan yang paling terbaru adalah Mobile Banking. Adapun ditemukan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan mobile banking karena manfaat yang dirasakan, kredibilitas, dan biaya pengadopsian mobile banking itu sendiri. Dari pihak Bank di Indonesia juga menekankan untuk menggunakan mobile banking untuk mengurangi adanya transaksi di ATM karena pemeliharaan ATM yang tergolong memakan biaya. Perkembangan pesat teknologi dalam industry finansial juga dipengaruhi oleh saluran komunikasi yang berfungsi untuk memasarkan fungsi dan manfaat mobile banking tersebut. Adapun saluran yang diteliti terfokus pada media masa, media sosial, dan komunikasi interpersonal. Penelitian ini menggunakan metode primer dengan mengumpulkan kuesioner dan metode sekunder dengan studi literatur. Hasil temuan yang didapatkan adalah responden mengadopsi mobile banking karena adanya manfaat yang dirasakan. Untuk media komunikasi yang terbukti memiliki pengaruh adalah komunikasi interpersonal dan media massa yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengadopsi mobile banking

<hr>

ABSTRACT

Technological developments in the financial industry, especially banking has evolved from Automated Teller Machines (ATMs), Telephone Banking, Internet Banking, and the latest is the Mobile Banking. The factors that influence a person is found in the use of mobile banking because of the perceived usefulness, credibility, and the cost of mobile banking adoption itself. From the Bank in Indonesia also emphasized to use mobile banking to reduce their ATM transactions for ATM maintenance are classified as costly. The rapid development of technology in the financial industry is also affected by the communication channels used to market the functions and benefits of mobile banking. The channel under study focused on the mass media, social media, and interpersonal communication. This study uses primary methods by collecting questionnaires and secondary methods to the study of literature. The findings obtained are adopting mobile

banking respondents for their perceived usefulness. For the communication medium is shown to have influence interpersonal communication and mass media that can influence a person's decision in adopting mobile banking