

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BNI *MOBILE BANKING*

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi

Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

OLEH:

DEVI RAMAYANI SEMBIRING

7203210041



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2024