

***THE INFLUENCE OF TRUST, BRAND IMAGE, AND RISK ON  
THE USE OF MOBILE BANKING (CASE STUDY OF BNI MOBILE  
USERS IN JAKARTA)***

***By Alif Rahman Khalifah***

***Abstract***

*This research takes the form of quantitative research conducted at BNI mobile banking application, namely BNI mobile. BNI mobile is a mobile banking application that serves various banking transactions. The purpose of this research is to find out and prove whether the purchase decision on the BNI mobile banking application is influenced by trust, brand image and risk. The population in this study are BNI mobile users who live in Jakarta. The sample taken was 75 respondents with purposive sampling method. By distributing questionnaires to BNI mobile users in Jakarta during the data collection process. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis. Smart PLS 3.0 software is used by researchers to analyze data using the PLS (Partial Least Squares). The results showed that the variables of trust, brand image, and risk had a significant effect on purchase decision.*

***Keywords: Trust, Brand Image, Risk, Purchase Decision***

# **PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA MEREK, DAN RISIKO TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING (STUDI KASUS PADA PENGGUNA BNI MOBILE DI JAKARTA)**

**Oleh Alif Rahman Khalifah**

## **Abstrak**

Penelitian ini mengambil bentuk penelitian kuantitatif yang dilakukan pada aplikasi *mobile banking* bank BNI yaitu *BNI mobile*. *BNI mobile* ialah suatu aplikasi *mobile banking* yang melayani berbagai macam transaksi perbankan. Adapun tujuan daripada riset ialah guna memahami dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada aplikasi *mobile banking* BNI ini dipengaruhi oleh kepercayaan, citra merek, dan risiko. Populasi pada riset ini yaitu pemakai *BNI mobile* yang berdomisili di Jakarta. Sampel yang dipilih sejumlah 75 orang responden melalui metode *purposive sampling*. Dengan melaksanakan sebaran kuesioner kepada pemakai *BNI mobile* di Jakarta ketika berlangsungnya proses dikumpulkannya data. Teknik analisis data yang dipakai ialah analisis inferensial dan analisis deskriptif. Perangkat lunak *Smart PLS 3.0* diterapkan oleh periset guna menganalisa data memanfaatkan metode *PLS (Partial Least Squares)*. Hasil riset memperlihatkan bahwasanya variabel kepercayaan, citra merek, dan risiko mempunyai signifikansi pengaruhnya pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Citra Merek, Risiko, Keputusan Pembelian