

ABSTRAK

Linda Milenia, NIM. 3402190425. “Analisis Pengaruh *Shared Value* Dan *Communication* Terhadap Kepercayaan (*Trust*) Pengguna *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah *Mobile Banking Livin’ by Mandiri* Ciamis)”. Dibawah bimbingan Mochamad Aziz Basari, S.Sos., M.M. dan Faisal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M.

Penelitian ini difokuskan pada Analisis Pengaruh *Shared Value* dan *Communication* Terhadap Kepercayaan (*Trust*) Pengguna *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah *Mobile Banking Livin’ by Mandiri* Ciamis). Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1). Apa pengaruh *shared value* terhadap kepercayaan pada *mobile banking Livin’ by Mandiri*? 2). Apa pengaruh *communication* terhadap kepercayaan pada *mobile banking Livin’ by Mandiri*? 3). Apa pengaruh *shared value* dan *communication* terhadap kepercayaan pada *mobile banking Livin’ by Mandiri*?. Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk: 1). Menganalisis pengaruh *shared value* terhadap kepercayaan pada *mobile banking Livin’ by Mandiri*. 2). Menganalisis pengaruh *communication* terhadap kepercayaan pada *mobile banking Livin’ by Mandiri*. 3). Menganalisis pengaruh *shared value* dan *communication* terhadap kepercayaan pada *mobile banking Livin’ by Mandiri*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan 1). *Shared value* pada *mobile banking Livin’ by Mandiri* masuk pada kategori baik dan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan. 2). *Communication* pada *mobile banking Livin’ by Mandiri* masuk pada kategori baik dan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan. 3). Tingkat kepercayaan pada *mobile banking Livin’ by Mandiri* masuk pada klasifikasi baik. Berdasarkan hasil penelitian *shared value* dan *communication* memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kepercayaan sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Diharapkan Bank Mandiri menjaga kepercayaan para nasabahnya agar pelayanan yang telah diberikan selama ini dapat terjaga dengan baik, khususnya menjaga dan meningkatkan *shared value* dan *communication* dalam pelayanan *mobile banking* agar nasabah dapat bertransaksi dengan aman dan nyaman.

Kata kunci : *Shared Value, Communication, Kepercayaan*