

**ANALISA FAKTOR PERCEIVED USEFULLNESS,
PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED
ENJOYMENT TERHADAP NIAT BELI ONLINE
MAHASISWA
(STUDI KASUS MAHASISWA S1 UNIVERSITAS
WIDYATAMA)”**

T E S I S

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu dari Syarat untuk
Memperoleh Gelar Magister Manajemen



Disusun Oleh :

Riyan Ridwan Sugandy

1414102011

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS WIDYATAMA**

2017