

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN  
*PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP NIAT BELI ONLINE DI  
INDONESIA**

(Studi kasus di kota Bandung)

**TESIS**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Magister Manajemen



**Oleh:**

**RENDY PRITANANDA**

**1.432.W013**

**MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS WIDYATAMA  
BANDUNG**

**2015**