

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN MENGGUNAKAN TCASH**

(Studi Kasus Pada PT. Telkomsel)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Program Studi Akuntansi
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2018