

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN KEPUASAN TRANSAKSI TERHADAP PERILAKU PENGGUNA PADA *E-COMMERCE*

(Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Nurtuti Waruwu

Nim : 43214120132

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

2019