

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN
MINAT BERTRANSAKSI SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA**

***THE INFLUENCE OF EASE OF USE AND
PERCEIVED USEFULNESS ON CONSUMER ATTITUDES AND
INTEREST IN ONLINE TRANSACTIONS IN TOKOPEDIA***



Oleh :

**Riko Pratama Putra Bastiaan
20130410452**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**