HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) PADA PENGGUNA *INSTANT MESSAGING* LINE DI INDONESIA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun oleh :

Ricky Aditya

1203122089

UNIVERSITAS
Telkom

Pembimbing,

Aditya Wardhana, SE.,M.Si., MM

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2016