

PENGARUH *TRUST, PERCEIVED RISK, PERCEIVED USEFULNESS, DAN PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *INTENTION TO USE* PADA APLIKASI *MOBILE TIKET.COM*

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Mansya Regina Triani

1501154365



**FAKULTAS KOMUNITAS DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2019**