

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING
PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF*
***USE* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION* MELALUI**
HEDONIC MOTIVATION* DIMODERASI *GENDER

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Magister Administrasi Bisnis
dari Program Studi Administrasi Bisnis

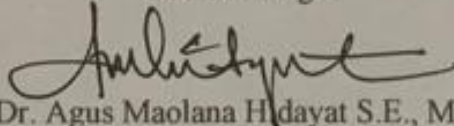
Disusun Oleh:

Mutiara Dian Azzahra

2501222058

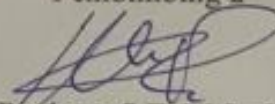


Pembimbing 1



(Dr. Agus Maolana Hidayat S.E., M.Si)

Pembimbing 2



(Mahir Pradana, S.E., M.Sc.BA.Ph.D.)

PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024