

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

**SKRIPSI**

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

**Disusun oleh :**

**Ricky Aditya**

**1203122089**



**FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2016**