

THESIS

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN *PERSONAL INNOVATIVENESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *INTENTION TO REUSE* PADA PELANGGAN SHOPEE DI MANADO

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen Strata Dua

OLEH:

NAMA : MEYTA INGRID KINDANGEN
NPM 02629220011



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA
2024