

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK
CUSTOMER PERCEIVED VALUE E-COMMERCE DI INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Maria Chyntia Chrystiantari

1401164298



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2020**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK
CUSTOMER PERCEIVED VALUE E-COMMERCE DI INDONESIA

ANALYSIS OF FACTORS FORMING
CUSTOMER PERCEIVED VALUE OF E-COMMERCE IN INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh :

Maria Chyntia Chrystiantari

1401164298



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2020