

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* (*EMOTION, TRUST, DAN PRIVACY*) TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

RATU NADHIFA KHAIRUNNISA

1401174262



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2021