

PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, FACILITATING CONDITIONS, HEDONIC MOTIVATION, PRICE VALUE* DAN *HABIT* TERHADAP *CUSTOMER ACCEPTANCE* (STUDI PADA PENGGUNA LAYANAN MAXIM DI KOTA BANDUNG)

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :
Fazrian Lianto
1501204131



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**

**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY*,
SOCIAL INFLUENCE, *FACILITATING CONDITIONS*, *HEDONIC
MOTIVATION*, *PRICE VALUE* DAN *HABIT* TERHADAP *CUSTOMER
ACCEPTANCE* (STUDI PADA PENGGUNA LAYANAN MAXIM DI KOTA
BANDUNG)**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :
Fazrian Lianto
1501204131



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**