**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION TO USE* MELALUI *CONSUMER ATTITUDE* PADA *MOBILE BANKING* BANK CENTRAL ASIA**

**Oleh:**

**Nama: Gracia Marcellina**

**NIM: 28150332**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2019**