



**Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap
Keputusan Penggunaan Melalui Niat Menggunakan Sebagai Variabel Intervening Pada
Layanan Pembayaran Digital Go-Pay**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Disusun Oleh :

Fajrin Sukrani Putri

NIM: 20160101207

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

JAKARTA 2020