

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *INTENTION CONTINUE USE E-WALLET* PADA MASYARAKAT KOTA LHOKSEUMAWE

TESIS

**FACHRI ZALDI
NIM. 236110101017**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
AGUSTUS 2025**