

**ANALISIS PENGARUH *PROMOTION*, *EASE OF USE*, DAN *SECURITY*
TERHADAP *BUYING INTEREST* DAN *PURCHASE DECISION*
PADA PENGGUNA APLIKASI M-TIX**



**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
INDONESIA BANKING SCHOOL**

2024