

ABSTRAK

Seiring modernisasi dalam dunia industri memunculkan variasi teknologi dan informasi berkembang, hal ini melatar belakangi pesatnya perkembangan salah satu produk teknologi dan informasi yang krusial bagi kehidupan sehari-hari, *smartphone*. Inovasi *smart phone* membawa berbagai dampak positif, khususnya dalam bisnis *mobile game*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived value* dan *e-service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pengguna *Mobile Legends: Bang Bang*.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pengguna *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia yang berusia 17-24 tahun dan menggunakan *Mobile Legends: Bang Bang* minimal sekali selama 2021-2022. Pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan pendistribusian kuesioner responden khusus pengguna *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan 5 hipotesis yang diuji menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, namun *e-service quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Kemudian, *perceived value* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, tetapi *e-service quality* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Serta, *customer satisfaction* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *Perceived Value*, *E-service Quality*, *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *Service Dominant Logic Theory*