

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*, MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pengguna Tokopedia di Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

AKMAL FAIQUDZAKI

NIM. 12010121140339

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026