

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *E LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen *e-Commerce* Produk Kecantikan Wardah di Kota Semarang)**



**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh derajat Sarjana S-2 Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**FEB UNDIP**

**Disusun oleh:**

**SINDI CLARISTA EFENDI  
NIM. 12010120410022**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2023**