

PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *ELECTRONIC TRUST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA APLIKASI AGODA

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
dari Program Studi PJJ S2 MANAJEMEN

Disusun oleh:

AISYAH ZAHRA RISWANDA

204032310064



**PJJ S2 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**