Pengaruh *Customer Experience Quality, Relationship Value,* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyality* dengan *Relationship Quality* sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Layanan *Mandiri Online* di Surabaya

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

PRADAVASTHI BALQISYA AMIRPUTRI

12010118140118

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022