

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
PERSEPSI HARGA DAN PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Jamaah Umroh SHU Baitullah)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

MUHAMMAD WAFU'UL FATHI
NIM. 12010118130342

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025