

**ANALISIS PENGARUH KOMITMEN,
KEPERCAYAAN, PERCEIVED VALUE
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING.**

(Studi Pada Pengguna Lazada di Semarang)

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

FAISHAL ASKA MAULANA

NIM. 12010121140218

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**