

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT*, *E-SERVICE QUALITY* , DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA NASABAH APLIKASI LIVIN' BY MANDIRI DI KOTA SEMARANG)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:
MUHAMMAD ZAHKAN FAQIH
NIM. 12010122130159

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**