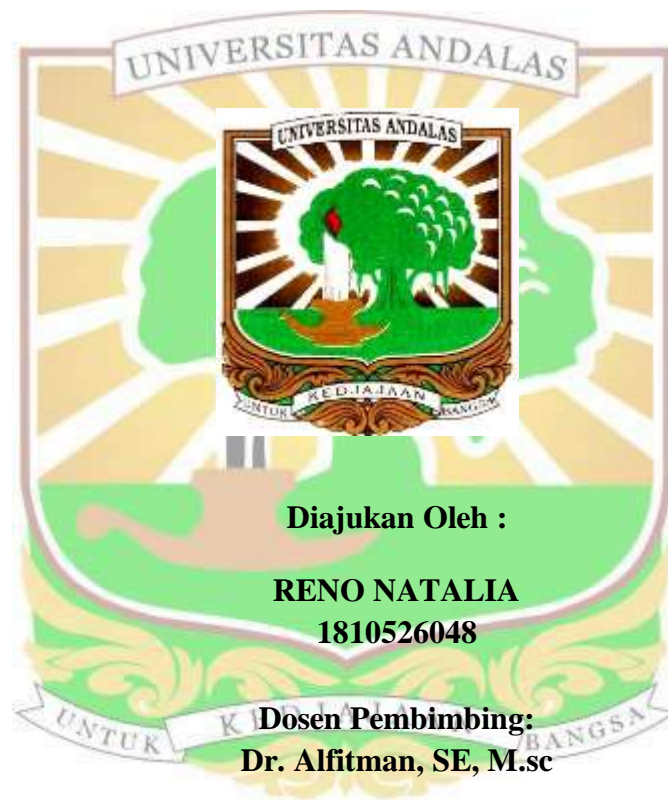


**“PENGARUH E-SERVICE QUALITY PADA LOYALTY INTENTION
DIMEDIASI PERCEIVED VALUE PADA PENGGUNA APLIKASI
TRAVELOKA DI KOTA PADANG”**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada
program studi S1 jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*




PROGRAM STUDI S1 INTAKE JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

MEI 2020

	No. Alumni Universitas	Reno Natalia A.md	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/ Tgl Lahir: Padang/ 06 Maret 1995, b) Nama Orang Tua: Broto Sayekti dan Nelly Watni Nasution S.pd c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1810526048, f) Tanggal Lulus: 13 Mei 2020, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3.52 i) Lama Studi: 1 tahun 5 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Jl. Air Camar No. 18, Kota Padang		

Pengaruh *E-service Quality* pada *Loyalty Intention* dimediasi *Perceived Value* pada Pengguna Aplikasi Traveloka di Kota Padang
Skripsi Oleh : Reno Natalia, A.md
Pembimbing : Dr. Alfitman, SE., M.Sc




ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-service Quality* pada *loyalty intention* dimediasi *Perceived value* pada pengguna aplikasi Traveloka. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berbasis online kepada responden yang berjumlah 223 orang, untuk kemudian diolah dan diuji menggunakan skala Interval dan alat analisis yang digunakan skala likert. Pengolahan profil responden dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) 16 dan pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS (*Partial Least Square*) 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *E-service Quality* pada *loyalty intention* berpengaruh signifikan ke arah positif, *E-service Quality* pada *Perceived value* berpengaruh signifikan ke arah positif, Pengaruh *Perceived value* pada *Loyalty Intention* berpengaruh signifikan ke arah positif, dan *Perceived value* memiliki efek mediasi partial antara *E-service Quality* dan *loyalty Intention* pada pengguna aplikasi traveloka.

Kata Kunci : E-service Quality, Perceived Value, loyalty Intention, pengguna aplikasi traveloka

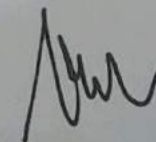
Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 13 Mei 2020

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Alfitman, SE., M.Sc	Dr. Eri Besra, SE., MM	Asmi Abbas, SE., MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, S.E., M.Si
NIP. 197208262003122004



TandaTangan

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	TandaTangan
No. Alumni Universitas	Nama	TandaTangan