

**PERAN *E-TRUST* DAN *E-SATISFACTION* DALAM MENINGKATKAN
PENGARUH DIMENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-USER*
LOYALTY PADA PENGGUNA *MOBILE APPLICATION* SHOPEE (STUDI
KASUS DI BANDUNG)**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

ARINA RAHMAWATI

1401140087



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2018

**PERAN *E-TRUST* DAN *E-SATISFACTION* DALAM MENINGKATKAN PENGARUH
DIMENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-USER LOYALTY* PADA PENGGUNA
MOBILE APPLICATION SHOPEE (STUDI KASUS DI BANDUNG)**

**ROLE OF *E-TRUST* AND *E-SATISFACTION* IN IMPROVING EFFECT OF
PERCEIVED *E-SERVICE QUALITY* TO *E-USER LOYALTY* ON USER MOBILE
APPLICATION SHOPEE (CASE STUDY IN BANDUNG)**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Manajemen
Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika (MBTI)

Disusun Oleh :

ARINA RAHMAWATI

1401140087



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2018**