

PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED PRICE FAIRNESS* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI GRAB CAR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) dari Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh :

Tineke Dwi Hapsari

1401194064



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

TELKOM UNIVERSITY

BANDUNG

2023