

**PERAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM  
PENGARUH E-TAILQ TERHADAP E-LOYALTY: STUDI PADA PENGGUNA  
APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program  
Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

Anisa Putri Rustana

1401204171



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN  
INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG  
2024**