

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN,  
KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN,  
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI LINE  
WEBTOON DI JAKARTA**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: MISSY SALIM**

**NIM: 115180129**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT GUNA  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN,  
KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN,  
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI LINE  
WEBTOON DI JAKARTA**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: MISSY SALIM**

**NIM: 115180129**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT GUNA  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**2021**

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : MISSY SALIM  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180129  
Program Studi : SI Manajemen  
Alamat : Jalan Solihin GP, RT.006, RW.002,  
Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung  
Telp. - \_\_\_\_\_  
HP. 081274167309

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 29 Desember 2021



Missy Salim

**Catatan:**

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

**HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : Missy Salim  
NIM : 115180129  
PROGRAM/JURUSAN : Manajemen  
KONSENTRASI : Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI :  
PENGARUH KUALITAS YANG  
DIRASAKAN, KEPUASAN PELANGGAN,  
CITRA PERUSAHAAN DAN  
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA  
APLIKASI LINE WEBTOON DI JAKARTA

Jakarta, 29 Desember 2021



( Dra. Rodhiah M.M)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Missy Salim  
NIM : 115180129  
PROGRAM/ JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS YANG  
DIRASAKAN, KEPUASAN PELANGGAN,  
CITRA PERUSAHAAN DAN PENGALAMAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA APLIKASI LINE  
WEBTOON DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 14 Januari 2022 dan dinyatakan lulus,  
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. IGNATIUS RONI SETYAWAN, SE., M.Si
2. Anggota Penguji : - Dra. RODHIAH, MM  
- FRANGKY SLAMET, SE., MM

Jakarta, 14 Januari 2022

Pembimbing,



( Dra. Rodhiah M.M.)

## ***ABSTRACT***

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**JAKARTA**

(A) MISSY SALIM (115180129)

(B) *THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, CORPORATE IMAGE AND CUSTOMER EXPERIENCE TOWARDS CUSTOMER LOYALTY ON THE LINE WEBTOON APPLICATION IN JAKARTA*

(C) *Xv+ 83 Pages, 27 Tables, 13 Pictures, 16 Appendix*

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) *Abstract: The purpose of this study was to examine the effect of perceived quality, customer satisfaction, corporate image and customer experience on customer loyalty. The population of this study are users of the LINE Webtoon application in Jakarta. This study uses a sample with a non-probability method. The sample selection technique is purposive sampling. The number of samples is 100 respondents who use the LINE Webtoon application. The data collection technique used a questionnaire distributed online via google form. The analysis technique uses SEM which is then processed with smartPLS. The results of this study indicate that perceived quality and customer experience have a positive and significant effect on customer loyalty. However, customer satisfaction and company image have no significant effect on customer loyalty.*

(F) *Perceived Quality, Customer Satisfaction, Corporate Image, Customer Experience, Customer Loyalty*

(G) *Reference list 56 (1975-2021)*

(H) Dra. Rodhiah M.M.

# ABSTRAK

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA

(A) MISSY SALIM (115180129)

(B) PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN, KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI LINE WEBTOON DI JAKARTA

(C) Xv + 83 Halaman, 27 Tabel, 13 Gambar, 16 Lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kualitas yang dirasakan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi LINE Webtoon di Jakarta. Penelitian ini menggunakan sampel dengan metode *non-probability*. Teknik pemilihan sampel dengan *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden pengguna aplikasi LINE Webtoon. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner yang disebarikan secara *online* melalui google form. Teknik analisis menggunakan SEM yang kemudian diolah dengan *smartPLS*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun kepuasan pelanggan dan citra perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

(F) Kualitas Yang Dirasakan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

(G) Daftar Pustaka: 56 (1975-2021)

(F) Dra. Rodhiah M.M.

## HALAMAN MOTTO

*Don't stop when you are tired.*

*Stop when you are done!"*



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Saya sendiri,

Seluruh keluarga,

Seluruh rekan seperjuangan,

Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari beberapa kesulitan untuk menyelesaikannya. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Ibu Rodhiah, Dra. M.M selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan, serta sangat sabar dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni S.E, MM., Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah bersedia memberikan waktu dan pengarahan yang membantu dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
6. Bapak Andi Wijaya, S.E., M.M., selaku pembimbing lomba yang selalu bersedia membantu, membimbing, dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi.
7. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
8. Papa dan mama tercinta yaitu Ajet Salim dan Fung Ai Les, yang tidak pernah lelah mendukung saya melalui doa, motivasi, dukungan material dan kasih sayang yang berlimpah dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
9. Kedua kakak kandung saya, yaitu Daniel Salim dan Yordan Salim yang selalu mendukung dan memotivasi saya selama pengerjaan skripsi.

10. Scooth yang selalu gembira, bersemangat, menjadi penyemangat dan penghibur saya ketika kesulitan dari awal pengerjaan skripsi hingga selesai.
11. Sahabat terdekat saya dari teman masa kecil, yaitu Clarita Tanzaretha yang selalu sabar, memotivasi, mendukung, memberikan saran dan masukan, bersedia direpotkan setiap harinya, serta selalu berjuang bersama dari awal hingga penyelesaian skripsi.
12. Kepada Mikha Donovan yang menjadi teman seperjuangan awal perkuliahan hingga teman seperjuangan lomba di Blackhole yang selalu sabar dan terus memberikan informasi seputaran skripsi, memberikan dukungan tiada hentinya, selalu membantu apabila penulis sedang kesusahan dari awal pengerjaan skripsi hingga selesai.
13. Calvin Buntarman, Chrysan Ventura, Stephen Gouw, Yusuf Darwin, Andrian Willyanto, Frederick Natan Djohan, dan Bachtiar yang selalu mendukung dan tidak pernah berhenti memberikan semangat untuk saya.
14. Kepada Gladys dan Bella yang dari awal perkuliahan selalu menyemangati, mendukung dan mambatu, serta selalu memberikan semangat yang tiada hentinya dari awal skripsi sampai skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Kepada sepupu-sepupu saya yang sudah menyemangati saya dari awal pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
16. Teman-teman kelas CX yang selalu menjadi teman saya dari semester satu.
17. Teman-teman yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yang bersedia memberikan bantuan, dukungan serta meluangkan waktunya untuk menjadi responden.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih banyak memiliki kekurangan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Akhir kata, dengan rendah hati penulis bersedia menerima kritik dan saran, serta skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 29 Desember 2021

Missy Salim

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah .....	5
4. Rumusan Masalah.....	6
B. Tujuan dan Manfaat .....	6
1. Tujuan .....	6
2. Manfaat .....	6
BAB II. LANDASAN TEORI.....	8
A. Gambaran Umum Teori .....	8
B. Defisini Konseptual Variabel.....	9
C. Kaitan Antara Variabel-variabel .....	15
D. Penelitian yang Relevan.....	18
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	25

BAB III. METODE PENELITIAN .....	27
A. Desain Penelitian .....	27
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel .....	27
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen .....	28
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	31
E. Analisis Data .....	33
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
A. Deskripsi Subjek Penelitian .....	35
B. Deskripsi Objek Penelitian .....	40
C. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	45
D. Hasil Analisis Data .....	50
E. Pembahasan.....	55
BAB V. PENUTUP .....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN .....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	82
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN .....	83

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 79-211.
- Ajzen, I. dan Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Amoako, G. K., Doe, J. K. & Neequaye, E. K. (2021). Online innovation and repurchase intentions in hotels: the mediating effect of customer experience. *International Hospitality Review*, 2516-8142. DOI10.1108/IHR-02-2021-0008.
- Casidy, R. & Wymer, W. (2016). Journal of Retailing and Consumer Services A risk worth taking: Perceived risk as moderator of satisfaction, loyalty, and willingness-to-pay premium price. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 189-197. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.06.014>.
- Chen, Y.S & Chang, C. H. (2013). Towards Green Trust The Influences of Green Perceived Quality, Green Perceived Risk, and Green Satisfaction. *Management Decision*, (51)1, 63-82.
- Chi, H., Yeh, H. & Guo, T. (2018). Salary or job interest? How salary and job interest moderates the willingness to apply for a job. *Journal of Business Administration* 10(1), 64-78.
- Cnnindonesia.com. (2020). Alasan Webtun Paling Laris di Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20201002142816-241-553665/alasan-webtun-paling-laris-di-indonesia>. Diakses pada 18 September 2021.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Reading, MA: Addison.Wesley.
- Gardiazabal, P., Bianchi, C. & Saleh, M. A. (2020). The transformational potential of Latin American retail experiences. *Journal of Services Marketing*, 34(6), 769–783.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Haron, R., Subar, N. A. & Ibrahim, K. (2020). Service quality of Islamic banks: satisfaction, loyalty and the mediating role of trust. *Islamic Economic Studies* 28(1), 3-23.
- Henseler, J., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2012). Using partial least squares path modeling in advertising research: Basic concepts and recent issues. *In Handbook of Research on International Advertising*; Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK, 252.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hossain, M. A., Yesmin, M. N., Jahan, N. & Kim, M. (2021). Effects of Service Justice, Quality, Social Influence and Corporate Image on Service Satisfaction and Customer Loyalty: Moderating Effect of Bank Ownership. *Scholarly Journal*, 13(13), 7404.
- Hussain, R., Nasser, A.A. and Hussain, Y.K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: an empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42(1), 167-175.
- Kamath, P. R., Pai, Y. P., & Prabhu, N. K. P. (2020). Building customer loyalty in retail banking: a serial-mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 456-484.
- Kandampully, J., Zhang, T. & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty: A review and future directions with a special focus on the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379-414.
- Keni & Sandra, K.K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 191-204.
- Kenny, D. A. & McCoach, D. B. (2003). Effect of the Number of Variables on Measures of Fit in Structural Equation Modeling. *SEMAMJ* 10(3), 1070-5511.
- Kim, H.W., Xu, Y., & Gupta, S. (2012). Which is more important in Internet shopping, perceived price or trust. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(3), 241-252.

- Kompas. (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>. Diakses pada 20 September 2021.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, S. & Kim, D-Y. (2018). The effect of hedonic and utilitarian values on satisfaction and loyalty of Airbnb users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1332-1351.
- Lee, W.O. and Wong, L.S. (2016), “Determinants of mobile commerce customer loyalty in Malaysia”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 22(4), 60-67.
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2011). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(6), 846-869.
- Loureiro, S. M. C., Miranda, F. J. & Breazeale, M. (2014). Who Needs Delight? The Greater Impact of Value, Trust and Satisfaction in Utilitarian, Frequent-Use Retail. *Journal of Service Management*, 25(1), 101-124.
- Mainardes, E. W., Gomes, V. C. A., Marchiori, D., Correa, L. E. & Guss, V. (2019). Consequences of customer experience quality on franchises and non-franchises models. *International Journal of Retail & Distribution Management* 47(3), 311-33. DOI 10.1108/IJRDM-09-2018-0211.
- Makanyeza, C. & Chikazhe, L. (2017). Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty Evidence from the banking sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 540-556.
- Makudza, F. (2020) Augmenting customer loyalty through customer experience management in the banking industry. *Journal of Asian Business and Economic Studies* 28(3), 191-203. DOI 10.1108/JABES-01-2020-0007.
- Minkiewicz, J., Evans, J., Bridson, K. & Mavondo, F. (2011). Corporate image in the leisure services sector. *Journal of Services Marketing*, 25(3), 190–201.
- Mirza, b. & Ali, m. (2017). An assessment of relationship among service quality, price perception and customer satisfaction in the formation of consumer's purchase intention. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(12), 10-21.



- Morgan, S. & Govender, K. (2017). Exploring customer loyalty in the South African mobile telecommunications sector. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1273816.
- Müller, J.M., Kiel, D. & Voigt, K.-I. (2018). What drives the implementation of Industry 4.0? The role of opportunities and challenges in the context of sustainability. *Sustainability*, 10, 247.
- Nobar, H. B. K. & Rostamzadeh, R. (2018). The impact of customer satisfaction, customer experience and customer loyalty on brand power: Empirical evidence from hotel industry. *Journal of Business Economics and Management*, 19(2), 417-130.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction a behavioral perspective on the customer* (10th ed.). Routledge.
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K. & İpek D. K. (2020). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation, 38(2), 384-405. DOI:10.1108.
- Pour, M. J., Hosseinzadeh, M. & Mansouri, N., S. (2021). Challenges of customer experience management in social commerce: an application of social network analysis. *Internet Reseach*, 1066-2243.
- Prasadh, R.R. (2018). Examining The Roles of Perceived Quality and Customer Satisfaction as Predictors of Customer Loyalty in The Indian E-Banking Context. *Journal of Management Research*, 18(3), 176–187.
- Quintal, V. & Phau, I. (2013). Brand leaders and me-too alternatives: how do consumers choose?. *Marketing Intelligence & Planning*, 31 (4), 367-387. DOI 10.1108/02634501311324852.
- Schiffman L. G., Kanuk L. L. & Wisenblit J. (2010). *Consumer behavior*, 10th ed., Upper Saddle River, NJ, Prentice Hall.
- Sekaran & Bougie. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. Seventh Edition. WILEY. Book.
- Smith, T. A. (2020). The role of customer personality in satisfaction, attitude-to-brand and loyalty in mobile services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 24(2), 155-175.
- Snoj, B., Pisnik Korda, A. & Mumel, D. (2004). The relationships among perceived quality, perceived risk and perceived product value. *Journal of Product & Brand Management*, 13 (3), 156-167.

- Srivastava, M. & Kaul, D. (2016). Exploring the link between customer experience–loyalty–consumer spend. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 277-286.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujata, J., Saksham, S. M. & Tanvi, G. (2014). Developing Smart Cities: An Integrated Framework. *Procedia Computer Science*, 93,902-909.
- Thakur, R. (2016). Understanding customer engagement and loyalty: A case of mobile devices for shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 151-163.<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.06.004>.
- Thio, J. Y. & Rodhiah. (2021). Pengaruh Service Encounter Quality, Brand Attitude, Image, Trust Terhadap Customer Loyalty Di Garuda Indonesia. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 3, (4), 1019-1028.
- Wang, Y.H. & Chen, L.Y. 2016. An Empirical Study of the Effect of Perceived Price on Purchase Intention Evidence from Low-Cost Carriers. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 97-107.
- Wang, C-Y. & Wu, L-W. (2012). Customer loyalty and the role of relationship length. *Managing Service Quality*, 22(1), 58-74.
- Williams, S. G. (2012). The Ethics of Internet Research. *Online Journal of Nursing Informatics*, 16 (2).
- Witell, L., Kowalkowski, C., Perks, H., Raddats, C., Schwabe, M., Benedettini, O. and Burton, J. (2020), Characterizing customer experience management in business markets. *Journal of Business Research*, 116, 420-430.
- Wu, H.C. (2014). The effects of customer satisfaction, perceived value, corporate image and service quality on behavioural intentions in gaming establishments. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(4), 540-565.
- Zameer, H., Tara, A., Kausar, U. and Mohsin, A. (2015). Impact of service quality, corporate image and customer satisfaction towards customers' perceived value in the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 442-456.
- Zeithaml, A. V., Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2013) *Service Marketing: Sixth Edition*. New York: McGraw Hil.

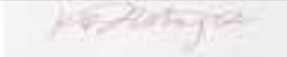
## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Missy Salim  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Katolik  
Tempat/ Tanggal Lahir : Pangkalpinang, 01 November 2000  
Alamat : Jalan Solihip Gp no 244, Kel. Asam Kec. Rangkui  
Kota. Pangkalpinang, Bangka Belitung

Riwayat Pendidikan

2018 - sekarang	Universitas Tarumanagara
2015 - 2018	SMA Santo Yosef
2012 - 2015	SMP Santa Theresia
2006 - 2012	SD Santa Theresia
2004 - 2006	TK Santa Theresia

# HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

<p><b>Turnitin Originality Report</b></p> <p>Processed on: 31-Dec-2021 07:59 WIB          ID: 1730553984          Word Count: 11097          Submitted: 1</p>		 G. Erwin R. Ariantama R. J. Manajemen L1Bung FE-UNSTAR	
		<p><b>Similarity Index</b></p> <p><b>8%</b></p>	<p><b>Similarity by Source</b></p> <p>Internet Sources: 0%          Publications: 4%          Student Papers: N/A</p>
<p><b>PENGARUH PERCEIVED QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, CORPORATE IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA APLIKASI LINE WEBTOON DI JAKARTA</b> By Sm Missy Salim</p>			
		2% match (Internet from 14-Dec-2021)	
		<a href="https://journal.untar.ac.id/index.php/3MDK/article/download/13475/8230">https://journal.untar.ac.id/index.php/3MDK/article/download/13475/8230</a>	
		2% match (Internet from 28-Jul-2021)	
		<a href="https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/1306/811/">https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/1306/811/</a>	
		1% match (Internet from 24-Nov-2021)	
		<a href="https://journal.untar.ac.id/index.php/3MDK/article/download/13134/8020">https://journal.untar.ac.id/index.php/3MDK/article/download/13134/8020</a>	
		1% match (Internet from 28-Oct-2021)	
		<a href="http://repository.untar.ac.id/13368/1/buletinpendidikan_10191031_109210730.pdf">http://repository.untar.ac.id/13368/1/buletinpendidikan_10191031_109210730.pdf</a>	
		1% match (Internet from 06-Nov-2021)	
		<a href="http://repository.untar.ac.id/345/1/2065-4508-1-3M.pdf">http://repository.untar.ac.id/345/1/2065-4508-1-3M.pdf</a>	
		1% match (Internet from 19-Apr-2021)	
		<a href="http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/2573/150521022.pdf?isAllowed=y&amp;sequence=1">http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/2573/150521022.pdf?isAllowed=y&amp;sequence=1</a>	
		1% match ( )	
		<a href="#">Prachella, Della Anindita, Kurniawati, Kurniawati, Fachri, Herdin, Diancia, Prita Karina, Aji, Taryono. "CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH ELECTRONIC SERVICE QUALITY, TRUST DAN CUSTOMER SATISFACTION PADA INDUSTRI PERBANKAN INDONESIA". "Tanjungpura University". 2021</a>	
<p>SKRIPSI PENGARUH PERCEIVED QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, CORPORATE IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA APLIKASI LINE WEBTOON DI JAKARTA DIAJUKAN OLEH: NAMA: MISSY SALIM NIM: 115180129 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MAJAMENEN FAKULTAS EKONOMI &amp; BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 SKRIPSI PENGARUH PERCEIVED QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, CORPORATE IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA APLIKASI LINE WEBTOON DI JAKARTA DIAJUKAN OLEH: NAMA: MISSY SALIM NIM: 115180129 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MAJAMENEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021   BAB I</p>			