

**LOYALITAS PELANGGAN DI ERA *CHATBOTS* :
PERAN *PERCEIVED QUALITY* DAN *CUSTOMER
ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN
CUSTOMER KNOWLEDGE SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

(Kasus Pada Pengguna *E-Commerce* di Indonesia)

Oleh

Muhamad Utsman Adi Sasmita

213402217

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Jurusan Manajemen**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025**