

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *BRAND IMAGE* DAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA *ONLINE TRAVEL AGENT* TRAVELOKA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
dari Program Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh:
Reza Darmadji
204012410049



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**