

# **ANALISIS PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY PERCEIVED VALUE DAN TRUST TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA TOKO ODETTE SHOPPY**

**Oleh:**

**Apsari W. P.**

**17042069**

**Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu *perceived service quality*, *perceived value* dan *trust*. *Customer satisfaction* sebagai variabel terikat. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden yaitu para pelanggan toko Odette Shoppy. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengujian data pada penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dengan *Alpha Cronbach*, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda serta Uji T dan uji F. Berdasarkan uji T ketiga variabel terikat secara parsial berpengaruh terhadap customer satisfaction. Berdasarkan uji F nilai  $23.480 (F_{tabel}) > 2.72 (F_{hitung})$  ini menunjukkan bahwa ketiga variabel terikat secara simultan berpengaruh terhadap customer satisfaction. Dan berdasarkan nilai Adjusted R Square=0.481 menunjukkan bahwa 48.1 persen variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh ketiga variabel terikat dalam penelitian ini. Sedangkan 52 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata kunci: kualitas pelayanan,nilai,kepercayaan,kepuasan pelanggan.**