

ABSTRAK

Adrian Junaidi (01011190077)

PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION ANTERAJA DI JABODETABEK YANG DIMEDIASI OLEH VARIABEL TRUST

(xiii + 105 halaman; 36 tabel, 13 gambar, 4 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* dengan *Trust* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner elektronik yang disusun dengan menggunakan Google Form dan dibagikan secara online melalui LINE dan WhatsApp. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *non- probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah 307 responden. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis 1, 2, 3, 4, dan 5 didukung, yaitu terdapat pengaruh positif dari *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, terdapat pengaruh positif dari *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*, terdapat pengaruh positif dari *Trust* terhadap *Customer Satisfaction*, terdapat pengaruh *Trust* memediasi hubungan antara *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, dan terdapat pengaruh *Trust* memediasi hubungan antara *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*.

Keywords: *Service Quality; Perceived Value; Customer Satisfaction; Trust*