**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY PERCEIVED VALUE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION***

***(Studi Kasus Di Toko Rock Hobbies Centre Lamongan)***

**Muhammad Fikri Haykal**

Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Lamongan

Email: muhammadfikrihaykal@gmail.com

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Website:** |  | **Abstrak** |
| https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma |  | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived service quality*, *perceived value*, dan *trust* terhadap *customer satisfaction* di Toko Rock Hobbies Centre Lamongan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif sebanyak 300 orang dengan menggunakan rumus Solvin sehingga terdapat 75 responden. Teknik pengolahan data menggunakan program SPSS.20, yaitu uji reliabilitas, uji validitas, analisis korelasi, analisis regresi berganda, uji f, dan uji t. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel bebas tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap Customer Satisfaction pada Toko Rock Hobbies Centre Lamongan. Sedangkan pada Perceived Value dan Trust mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Customer Satisfaction pada Toko Rock Hobbies Centre Lamongan |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Kata Kunci:***Perceived Service Quality, Perceived Value, Trust, Customer Satisfaction.* |  |
|  |  |
|  |  |
| **Keywords :***Perceived Service Quality, Perceived Value, Trust, Customer Satisfaction.* |  | ***Abstract*** |
|  | *The purpose of this research is to know the impacts of perceived service quality, perceived value, and trust towards the customer satisfaction in Toko Rocks Hobbies Centre Lamongan. The type of this research is descriptive quantitative including 300 people using Solvin formula so that came the result of 75 respondents. The data instrumental technique is use SPSS.20 Program, which is reability test, validity test, correlation analysis, double regression analysis, f test, and t test.  The test results show that the independent variable has no significant effect on Customer Satisfaction at the Lamongan Rock Hobbies Center Store. Whereas Perceived Value and Trust have a significant influence on Customer Satisfaction at the Rock Hobbies Center Shop.* |
| **Alamat Kantor:** |  |
|  |

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Hasan . 2016. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Halaman 47-73.

Armstrong, Kotler 2016,*“Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”*, England : Pearson Education, Inc..

Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bernarto Innocentius dan Patricia. 2017. Pengaruh *Perceived Value, Customer Satisfaction* Dan *Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Restoran XYZ Di Tanggerang. Business And Entrepreneur, Vol. 1, No. 1, 36 - 49.

Chan, Syafruddin. 2016. Relationship Marketing : *Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut.* PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Dharmmesta, Bashu, Swastha. 2016. “*Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti****”***, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No.3.

Dharmmesta, Basu Swastha. 2016. “Loyalitas pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi peneliti”. *Jurnal Ekonomi dan BisnisIndonesia*, vol. 14, No. 3, 2016, hal. 73 – 88.

Dharmmesta, Basu Swastha. 2017 “Kontribusi *involvement* dan *trust in a brand* dalam membangun loyalitas pelanggan”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20 No. 3, 2017 , hal. 287-304.

Hurriyati, Ratih. (2016:432). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:

ALFABETHA.

Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran II : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi 6, Jilid 2, 2016. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian,* Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2, Jakarta:Salemba Empat – Prentice Hall, Hal . 83 – 92.

Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran (Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas (jilid 1)*. Jakarta: PT Indeks. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas (jilid 2)*. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas.* Jakarta : Erlangga. 53-64.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management -15/E. Essex, England: Pearson Education.*

Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat. Halaman 11-23.

Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat. Halaman 55-59.

Margaretha, Mouren. 2016. “*Studi mengenai loyalitas pelanggan pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra*”. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia,Vol. iii, No. 3, halaman 297.

Margaretha, Mouren. 2016. “*Studi mengenai loyalitas pelanggan pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra*”. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia,Vol. iii, No. 3, halaman 289-308.

Purnomo, Sugeng Dwi. 2017. *“Analisis Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan Retoran Fatst Food pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Citraland Mall Semarang”*. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Resika Yeri, Wahab Zakaria, dan Saggaf Muchsin. 2019. *Customer Perceived Value* Dan *Customer Trust*: Identifikasi Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Go-Car. Management and Business Review, Vol. 16, No. 1, 1 - 22.

Roziqin, Ainur.2016. Pengaruh Potongan Harga Promosi Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Alfamart Di Lamongan.Program Strata 1 Universitas Islam Lamongan.

Saintz Jocellynne. 2018. Pengaruh *Perceived Service Quality* Terhadap *Repurchase* Dan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Fast Food Resturant Di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 12, No. 2, 77 - 83.

Sivesan, 2017, *Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors****,*** Journals of South Academic Research. Volume 2, Issue 3, pp. 179-191.

Saputra dan Ariningsih. 2017. *Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing pada Industri Jasa Perbankan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis., Volume 10 No. 1. Hal 1-15.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tan Hermawan, Karina Ritzky M. R. dan Brahmana, S.E., M.A. 2019. Pengaruh *Perceived Value* Terhadap *Rerpurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai variabel Intervening Pada Shopee. Agora, Vol. 7, No. 1, 1 - 7.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama.Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Prinsip-prinsip Total Quality Service.* Yogyakarta: Andi Offset. Halaman 115-128.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.

Velnampy T. And Sivesan S., 2017, Customer *Relationship Marketing and Customer Satisfaction*: A Study on Mobile Service Providing Companies in Srilanka, Global Journal of Management and Business Research. Volume 12, Isuue 18 Version 1.0.

Yaskun Mohammad.2017, Peranan *Relational Benefits* Peningkatan Kepuasan DanLoyalitas Pelanggan Mebel Lamongan*.* Studi Aplikasi Manajemen, Vol. 17, No. 4,pp. 818-823.

Yuliansyah Anton dan Tomotius Handoko Dwi. 2019. Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* J-klin Beauty Jember.Journal of Economic, Business and Accounting, Vol. 2, No.2 , 292 – 30.