

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer perceived value*, *customer trust*, dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* pembelian BBM di SPBU Mini Tol HK Jabon Sidoarjo. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen SPBU Mini HK Jabon. Sedangkan pengambilan jumlah sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda dan uji signifikan menggunakan bantuan SPSS Version 22. Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan uji t disimpulkan bahwa variabel *customer perceived value*, *customer trust*, dan *product quality* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dengan hasil *customer perceived value* yaitu t -hitung= 6,026 dengan nilai sig 0.000, *customer trust* t -hitung= 3,895 dengan nilai sig 0,000, *product quality* t -hitung= -2.002 dengan nilai sig 0,48. Sedangkan untuk uji f simultan diperoleh hasil 49.476 dengan nilai sig 0.000^b.

Kata kunci: *perceived value*, *customer trust*, *product quality*, *customer satisfaction*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of customer perceived value, customer trust, and product quality on Customer Satisfaction buying of BBM SPBU Mini Tol HK Jabon Sidoarjo. The population in this study were consumers of the small SPBU HK Jabon Sidoarjo. While taking the number of samples using accidental sampling technique. Data collection uses questionnaires and documentation then analyzed using multiple linear regression tests and significant tests using SPSS Version 22. Based on the analysis carried out using the t test it was concluded that customer perceived value , customer trust, and product qualityhad a partial and significant effect on impulse buying. With results that are Customer Perceived Value t-count = 6.026 with sig value 0.000, Customer trust t-count = 3.895 with sig value 0.000, Product Quality t-count = -2.002 with sig value 0.48. While for the simultaneous f test, the result is 49.476with a value of sig 0.000^b.

Keywords:*perceived value , customer trust, product quality, customer satisfaction*

