

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* Dalam Membentuk *Loyalty Intention* Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gosend. Variabel independen pada penelitian ini *Service Quality*, *Customer Perceived Value* dan *Trust*. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah *Loyalty Intention* dan *Customer Satisfaction*. Pengujian Hipotesis penelitian ini menggunakan metode PLS atau *Partial Least Square* dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner google form untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah menggunakan Gosend minimal satu kali. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty Intention*.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Customer Perceived Value*, *Trust*, *Customer Satisfaction*, *Loyalty Intention*