

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Syaifa Anisa

NIM : 141140085

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(syaifaa@gmail.com\)](mailto:syaifaa@gmail.com)

082226679954

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Coffee Hartono Mall. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah survei. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Starbucks Coffee Hartono Mall Yogyakarta yang berjumlah 100 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda, dalam penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa elemen harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Perspsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan