

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Survei Pada Pelanggan Awor Coffee di Yogyakarta)

**AGNAN RONALDO PRAMEDYA**

**NPM. 141100087**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[agnan.ronaldo@yahoo.com](mailto:agnan.ronaldo@yahoo.com)

**ABSTRAKSI**

Penelitian dilakukan pada pelanggan Awor Coffee di Yogyakarta yang berlokasi di komplek ruko YAP Square, Jalan C. Simanjutak, Terban, Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli dan mengkonsumsi produk dari Awor Coffee. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Sedangkan metode pengambilan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik ini dipilih karena peneliti menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi, dimana responden yang dipilih memiliki syarat atau ketentuan, yaitu pelanggan yang membeli produk di Awor Coffee lebih dari satu kali dalam jangka waktu tiga bulan terakhir. Metode analisis data meliputi Analisis Deskriptif, dan Analisis Kuantitatif dengan teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) Persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Awor Coffee di Yogyakarta. 2) Persepsi harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

*Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas layanan, Kepuasan Pelanggan*