

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe Nangkring* Jl. Progo Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan non probability sampling, dengan cara insidental sampling. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan secara simultan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien determinasi yaitu sebesar 57,7%. Kontribusi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 20,3% dan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 37,4%. Sisanya 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka keragaman Harga, Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and service quality on consumer satisfaction at Cafe Nangkring Jl. Progo Bandung. This research uses descriptive and verification methods. The sampling technique uses non-probability sampling, by way of incidental sampling. Analysis of the data used is using multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and analysis of the coefficient of determination. The results of the study show that price, service quality simultaneously have a contribution to influence consumer satisfaction with a coefficient of determination that is equal to 57.7%. The contribution of the effect of price on customer satisfaction is 20.3% and the contribution of the effect of service quality on customer satisfaction is 37.4%. The remaining 42.3% is influenced by other variables not examined. Then the diversity of prices, quality of service and significant impact on customer satisfaction simultaneously or partially.

Keywords: Price, Service Quality and Consumer Satisfaction

