

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen pada MAXX Coffee. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan jumlah sampel yaitu 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,03, harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,96 dan kepuasan konsumen memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,97 dengan kategori kurang baik. Uji hipotesis juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan dari hasil analisis verifikatif yaitu koefisien determinasi, secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 62%, sedangkan secara parsial variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 34% dan variabel harga memberikan pengaruh sebesar 28%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen pada MAXX Coffee.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to find out how much influence service quality, price and consumer satisfaction have on MAXX Coffee. This research uses descriptive and verification methods. The sampling technique used was nonprobability sampling with a sample size of 100 respondents. The data collection techniques used were observation, interviews, and distributing questionnaires. The data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination. Based on the results of descriptive analysis, the service quality variable obtained an average value of 3.03, price obtained an average value of 2.96 and consumer satisfaction obtained an average value of 2.97 in the poor category. Hypothesis testing also shows that service quality and price have a positive and significant effect on consumer satisfaction, both partially and simultaneously. Based on the results of the verification analysis, namely the coefficient of determination, simultaneously the influence of service quality and price on consumer satisfaction is 62%, while partially the service quality variable has an influence of 34% and the price variable has an influence of 28%. So it can be concluded that service quality has a greater influence on consumer satisfaction at MAXX Coffee.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

