

Penelitian ini digunakan berdasarkan fenomena yang terjadi pada Laundry Sepatu Calceamenta. Pada penelitian ini ditemukan masalah pada Kepuasan Konsumen yang terdapat pada Laundry Sepatu Calceamenta, yang disebabkan oleh Kualitas Pelayanan dan Harga yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Laundry Sepatu Calceamenta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling, dengan teknik accidental sampling. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga positif memiliki kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan sebesar 69,3% serta 30,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial sebesar 44,7 dan Kontribusi pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial sebesar 24,6%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

This research is based on a phenomenon that occurred at Calceamenta Shoe Laundry. This study found problems in customer satisfaction at Calceamenta Shoe Laundry, caused by low service quality and price. This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Calceamenta Shoe Laundry. This study used a quantitative approach with descriptive and verification methods. The sampling technique used was non-probability sampling with accidental sampling. Data analysis used multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination analysis. The results of this study indicate that service quality and price, both partially and simultaneously, have a positive and significant influence on customer satisfaction. The results show that service quality and price have a positive and significant influence on customer satisfaction simultaneously of 69.3%, while 30.7% is influenced by other variables not examined in this study. The partial contribution of service quality to customer satisfaction is 44.7%, and the partial contribution of price to customer satisfaction is 24.6%.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction