

ABSTRAK

Nama : Anastasia Paskalia Berek

Judul : Pengaruh Citra Merek ,Harga,Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Pelanggan Di Kedai Kopi Guyo Btc Jakarta Selatan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi guyo btc Jakarta selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang datang berkunjung, membeli langsung, serta membeli lebih dari satu kali di kedai pada bulan Maret 2020 sejumlah 75 responden, oleh karena kurang dari 100 maka keseluruhan di ambil dan di jadikan sampel .Metode analisis data menggunakan uji validitas dan realibilitas kuesioner, analisis regresi berganda, uji f dan t serta koefisien determinasi .Dari pengujian diperoleh hasil citra merek, harga, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai f hitung $38.839 > 0,227$ (f hitung) dan nilai signifikansi 0,000. secara parsial parsial citra merek ,harga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai Nilai signifikansi dari variabel citra merek dengan nilai signifikansi sebesar 0,539 lebih besar dari 0,05 sehingga citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ,Nilai sig dari variabel harga sebesar 0,929 lebih besar dari 0,05 sehingga harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ,Nilai sig dari kualitas layanan 0,000 sehingga lebih kecil dari 0,05 sehingga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. di dapatkan nilai adjusted R square(koefisien determinasi) sebesar 0,939 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 93,9%

Kata Kunci: citra merek, harga, kualitas layanan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Name: Anastasia Paskalia Berek

Title: Effect of Brand Image, Price, Service Quality on Customer Satisfaction at Guyo Btc Coffee Shop in South Jakarta

This study aims to determine the effect of brand image, price, service quality on customer satisfaction at guyo btc coffee shop in South Jakarta. The population in this study are all customers who come to visit, buy directly, and buy more than once at the store in March 2020 a number of 75 respondents, because less than 100 then the whole is taken and made a sample. Data analysis method using the validity test and questionnaire reliability, multiple regression analysis, f and t test and coefficient of determination. From the test results obtained brand image, price, service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction with a value of f count $38,839 > 0.227$ (f arithmetic) and a significance value of 0,000. partially brand image, price of service quality has a positive effect and significant value of the significance value of the brand image variable with a significance value of 0.539 greater than 0.05 so that brand image has no effect on customer satisfaction, sig value of the price variable is 0.929 greater of 0, 05 so that the price does not affect kepuan and customer, sig value of service quality is 0,000 so that it is smaller than 0.05 so it has an effect on customer satisfaction. The get adjusted R-square value (coefficient) of 0.939 which means that the influence of the independent variable (X) on the dependent variable (Y) amounted to 93.9%

Keywords: brand image, price, service quality, customer satisfaction