

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI NGIRING NGEWEDANG
RESTAURANT & COFFEE CORNER KECAMATAN BANJAR
KABUPATEN BULELENG**

Oleh

Fitrina Sandhita Elmi, NIM 2017041239

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan, baik secara simultan maupun parsial. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 130 responden, teknik sampel yang digunakan yaitu teknik *accidental sampling* dengan pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda yang meliputi (1) Uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas, (2) Uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolonieritas, (3) Uji regresi linear berganda seperti uji koefisien determinasi serta Uji F dan Uji t. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh dari kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dengan dengan sumbangan pengaruh sebesar 74,1% serta pengaruh variabel lainnya sebesar 25,9%. (2) Ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan sumbangan pengaruh sebesar 59,9%. (3) Ada pengaruh dari persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dengan sumbangan pengaruh sebesar 14,1%.

Kata Kunci: Persepsi harga, Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON
CUSTOMER SATISFACTION AT NGIRING NGEWEDANG RESTAURANT
& COFFEE CORNER, BANJAR SUB-DISTRICT, BULELENG DISTRICT***

By

Fitrina Sandhita Elmi, NIM 2017041239

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality and price perceptions on customer satisfaction, both simultaneously and partially. The number of samples in this study were 130 respondents, the sample technique used was accidental sampling technique with sampling based on certain criteria. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis technique in this study is quantitative with multiple linear regression analysis which includes (1) Instrument tests such as validity tests and reliability tests, (2) Classical assumption tests such as normality tests, multicollinearity tests, (3) Multiple linear regression tests such as the coefficient of determination test and the F test and t test. The results of this study are (1) There is an influence of service quality and price perceptions on customer satisfaction with an influence contribution of 74.1% and the influence of other variables of 25.9%. (2) There is an influence of service quality on customer satisfaction with an influence contribution of 59.9%. (3) There is an effect of price perception on customer satisfaction with an influence contribution of 14.1%.

Keywords: Price perception, Customer satisfaction, Service quality