

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA KEDAI TEMANIKOPI SINGARAJA**

Oleh

Ketut Harry Wahyu Pradipta Artha, NIM 2017041199

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana perilaku konsumen di Kedai Temanikopi di Singaraja dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk dan harga. Penelitian ini berfokus pada data yang dikumpulkan dari Toko Temanikopi Singaraja dan menggunakan pendekatan metode campuran yang menggabungkan metodologi kuantitatif dan kualitatif. Variabel yang diteliti adalah persepsi harga (x_1), kualitas produk (X_2), dan dampaknya terhadap perilaku konsumen (Y). Peserta dipilih menggunakan purposive sampling. dan analisis data dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Untuk memastikan reliabilitas dan validitas instrumen penelitian dilakukan pengecekan. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, elastisitas T dan F, serta penentuan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan di Kedai Temanikopi Singaraja.

Kata Kunci : persepsi harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY
ON CUSTOMER SATISFACTION
AT THE SINGARAJA COFFEE SHOP***

By

Ketut Harry Wahyu Pradipta Artha, Nim 2017041199

Bachelor of Management Study Program

ABSTRACT

The main purpose of this study is to investigate how consumer behavior in Kedai Temanikopi in Singaraja is affected by the perception of product quality and price. This study focuses on data collected from Temanikopi Singaraja and uses a mixed method approach that combines quantitative and qualitative methodologies. The variables studied were price perception (x1), product quality (X2), and its impact on consumer behavior' (Y). Participants were selected using purposive sampling. and data analysis was carried out using SPSS software. To ensure the reliability and validity of the research instrument, checks are carried out. The analysis methods used include multiple linear regression analysis, T and F elasticity, and determination of the determination coefficient (R2). The results of the study showed that price perception had a negative effect on customer satisfaction, while product quality had a positive effect on the level of satisfaction at Kedai Temanikopi Singaraja.

Keywords: price perception, product quality, customer satisfaction