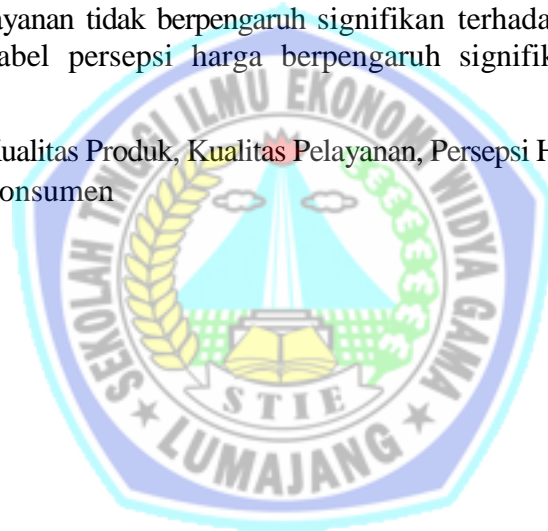


## ABSTRAK

Pemasaran adalah salah satu kegiatan utama yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang dan mendapatkan laba. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk memaksimalkan laba dengan menggunakan strategi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen markas *coffee*). Jenis atau metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel penelitian ini merupakan pelanggan yang berkunjung ke markas *coffee*. Dalam penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *insidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 80 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan konsumen



## **ABSTRACT**

*Marketing is one of the main activities carried out by the company to achieve the goal of maintaining survival to grow and earn profit. The main purpose of this activity is to maximize profit by using marketing strategies. The purpose of this study is to find out and analyze the influence of product quality, service quality and price perception on consumer satisfaction (case study on markas coffee customers). The type or method used in this study is quantitative. The data used is primary data. This research sample is a customer who visited the markas coffee. In determining samples using nonprobability sampling, namely incidental sampling with the number of respondents as many as 80 respondents. The data was obtained by disseminating questionnaires analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study showed that the variable product quality and service quality had no significant effect on consumer satisfaction, while the variable price perception had a significant effect on customer satisfaction*

**Keywords** : *product quality, service quality, price perception and customer satisfaction*

