

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Sisi Coffee di Padang. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dan metode pengumpulan data menggunakan Angket dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada kedai Sisi Coffee Padang yang tidak diketahui jumlahnya dan sampel yang didapatkan sebanyak 160 responden.

Hasil dalam penelitian menunjukan bahwa (1) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikan ($0,048 \leq 0,05$) dan nilai t-hitung (1,994) > dari t-tabel (1,975), (2) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikan ($0,000 \leq 0,05$) dan nilai t-hitung (7,548) > dari nilai t-tabel (1,975), (3) Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan nilai t-hitung (4,010) > dari t-tabel (1,975), dan (4) Secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$)

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga , Cita Rasa dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, price and taste on consumer satisfaction at Sisi Coffee Shops in Padang. The type of research in this research is quantitative research and data collection methods use questionnaires and interviews. The population in this study was an unknown number of consumers at the Sisi Coffee Padang shop and the sample obtained was 160 respondents.

The results of the research show that (1) Service Quality has a positive and significant influence on Consumer Satisfaction with a significance value ($0.048 < 0.05$) and t-count value ($1.994 > t\text{-table } (1.975)$), (2) Price has positive and significant influence on Consumer Satisfaction with a significant value ($0.000 < 0.05$) and t-count value ($7.548 > t\text{-table value } (1.975)$), (3) Taste has a positive and significant influence on Consumer Satisfaction with a significant value ($0.000 < 0.05$) and t-calculated value ($4.010 > \text{from } t\text{-table } (1.975)$), and (4) Simultaneously Service Quality, Price and Taste have a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a significant value ($0.000 < 0.05$)

Keywords: Service Quality, Price, Taste and Consumer Satisfaction