

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kafe Kopi Rolag Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung di Kafe Kopi Rolag Surabaya. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan sebesar 0,004. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan sebesar 0,005. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan sebesar 0,002.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Pelayanan, Kepuasan Konsumen.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of products, prices, places, and services on the consumer satisfaction of Rolag Coffee Café in Surabaya.

The type of research used is quantitative with a survey approach. The population in this study were all consumers who visited the Rolag Coffee Cafe Surabaya. The number of samples determined by 100 respondents with the sampling technique used is non probability sampling and the determination of samples using purposive sampling. The data source used is primary data. The method of data analysis uses multiple linear regression analysis with the SPSS version 24 program.

The results showed that the product had a significant effect on customer satisfaction with a significant value of 0.004. Price has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of 0,000. Place has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of 0.005. Service has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of 0.002.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

