

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Filosofi Kopi Yogyakarta. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan karakteristik konsumen yang pernah melakukan pembelian langsung di Kedai Filosofi Kopi Yogyakarta, minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir.. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t, uji F dengan bantuan SPSS versi 23.0

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 < 0,05. Sedangkan kualitas produk sebesar 0,236 > 0,05 tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lalu tingkat signifikan dari kualitas layanan sebesar 0,029 < 0,05. Citra merek, kualitas produk, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.. Dari uji determinasi diketahui bahwa besarnya persentase pengaruh variabel citra merek, kualitas produk, dan kualitas layanan sebesar 0,699 atau 69%. Artinya pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 69%, sedangkan sisanya sebesar 31% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien Beta sebesar 0,591 ditunjukkan pada variabel citra merek. Hal ini membuktikan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah variabel citra merek.

**Kata kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image, product quality and service quality on customer satisfaction at Kedai Filosifi Kopi Yogyakarta. The research methodology used is quantitative approaches. The sample used is 100 respondents with the characteristics of consumers who have made direct purchases at the Kedai Filosifi Kopi Yogyakarta, at least 2 times in the last 6 months. Data analysis used in this study is multiple linear regression test, classic assumption test (normality test, test multicollinearity, and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, multiple correlation coefficient, determination coefficient (R<sup>2</sup>), t test, F test with the help of SPSS version 23.0*

*The results of the research conducted indicate that brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction by  $0.000 < 0.05$ . Meanwhile, product quality of  $0.236 > 0.05$  has no effect on customer satisfaction. Then the significant level of service quality is  $0.029 < 0.05$ . Brand image, product quality, and service quality together have a significant positive effect on customer satisfaction. From the test of determination, it is known that the percentage of influence of the variable brand image, product quality, and service quality is 0.699 or 69%. This means that the effect of brand image, product quality, and service quality on customer satisfaction is 69%, while the remaining 31% is influenced by other variables outside of this study. It can be seen that the Beta coefficient value of 0.591 is shown in the brand image variable. This proves that the most influential or dominant is the brand image variable.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*