

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan yang positif antara persepsi kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Kedai Kori Kopi. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 69 subjek. Pengambilan subjek menggunakan purposive sampling dengan data dikumpulkan menggunakan Skala Persepsi Kualitas Produk dan Skala Kepuasan Konsumen. Data analisis menggunakan korelasi product moment dari Pearson dengan program SPSS versi 26.0. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,631 diketahui bahwa terdapat korelasi positif antara persepsi kualitas produk dengan Kepuasan Konsumen pada Kedai. Adapun sumbangan kontribusi sebesar 39,9% terhadap kepuasan konsumen dan sisanya 60,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

***Kata Kunci: Persepsi Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Kori Kopi***

## ***ABSTRACT***

This research aims to find out the relationship between perception of product quality and consumer satisfaction. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between perception of product quality and consumer satisfaction in Kedai Kori Kopi. The subjects in the study were 69 subjects. Subject retrieval using purposive sampling with data collected using Product Quality Presepsi Scale and Consumer Satisfaction Scale. The analysis data uses pearson product moment correlation with SPSS program version 26.0. Based on the results of the analysis, obtained correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) = 0.631 is known that there is a positive correlation between perception of product quality and Consumer Satisfaction in Stores. The contribution of 39.9% to consumer satisfaction and the remaining 60.1% is influenced by other factors.

***Keywords: Perception of Product Quality, Consumer Satisfaction, Kori Kopi***