

ABSTRAK

PENGARUH KEHANDALAN, JAMINAN, BUKTI FISIK, EMPATI, DAN DAYA TANGGAP PADA KEPUASAN KONSUMEN BLANCO COFFEE & BOOKS YANG DIMODERASI OLEH PERSEPSI TERHADAP HARGA

Monica Christella Chandra
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) kehandalan pada kepuasan konsumen, (2) jaminan pada kepuasan konsumen (3) bukti fisik pada kepuasan konsumen, (4) empati pada kepuasan konsumen, (5) daya tanggap pada kepuasan konsumen, dan (6) kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap pada kepuasan konsumen Blanco Coffee & Books dengan dimoderasi oleh persepsi terhadap harga. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi di Blanco Coffee & Books Yogyakarta. Metode *Purposive Sampling* digunakan untuk memilih anggota sampel dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan transaksi di Blanco Coffee & Books Yogyakarta minimal 1 kali transaksi dengan kisaran umur 17 tahun - 50 tahun sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kehandalan tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen, (2) Jaminan berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, (3) Bukti fisik berpengaruh negatif pada kepuasan konsumen, (4) Empati berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, (5) Daya tanggap berpengaruh positif pada kepuasan konsumen. (6) Persepsi terhadap harga tidak memoderasi pengaruh kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap pada kepuasan konsumen Blanco Coffee & Books.

Kata Kunci: kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati, daya tanggap, kepuasan konsumen, dan persepsi terhadap harga.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF RELIABILITY, ASSURANCE, TANGIBLES, EMPATHY,
AND RESPONSIVENESS SATISFACTION BLANCO COFFEE & BOOKS
MODERATED BY PERCEPTION OF PRICE**

Monica Christella Chandra
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

This study aims to analyze the Influence of: (1) reliability on customer satisfaction, (2) assurance on customer satisfaction (3) tangibles on customer satisfaction, (4) empathy on customer satisfaction, (5) responsiveness on customer satisfaction, and (6) reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness on customer satisfaction towards Blanco Coffee & Books moderated, by price perceptions. The population in this study was consumers who have visited Blanco Coffee & Books Yogyakarta. Purposive Sampling was employed with criteria of customers who have visited Blanco Coffee & Books Yogyakarta at least once with the age range of 17 years – 50 years to select 100 respondents. The data collection technique used questionnaire distribution. Data were analyzed using SPSS version 26 software. The results showed that: (1) reliability has no effect on customer satisfaction, (2) assurance has a positive effect on customer satisfaction, (3) tangibles has a negative effect on customer satisfaction, (4) empathy has a positive effect on customer satisfaction, (5) responsiveness has a positive effect on customer satisfaction. (6) price perception does not moderate the effects of reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness on customer satisfaction at Blanco Coffee & Books.

Keywords: reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness, customer satisfaction, and price perception.