

# **Analysis of Warunk Upnormal Consumer Satisfaction in Kelapa Gading**

**By**

**Gilang Bagaskara**

## **Abstract**

This research is a quantitative study and has the aim to determine the effect of service quality, price, and atmosphere of the place on normal customer satisfaction. The population used in this study is upnormal warunk consumers in ivory coconut. The sample size was taken by 75 respondents, using non-probability sampling methods especially purposive sampling. Data collection is carried out by distributing questionnaires through Google form. The analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method with SmartPLS3.0 software. The results of this study indicate that (1) Service Quality has a significant influence on customer satisfaction with a path coefficient of 0.293. (2) Price has a significant effect on customer satisfaction with a path coefficient of 0.759. (3) Place atmosphere does not have a significant influence on customer satisfaction with a path coefficient of -0.122. The highest contribution is on the effect of price on consumer satisfaction with a path coefficient of 0.759.

Keywords: Service Quality, Price, Atmosphere, and Customer Satisfaction.

# **Analisis Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal di Kelapa Gading**

**Oleh**

**Gilang Bagaskara**

## **Abstrak**

Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif serta memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga, dan suasana tempat terhadap kepuasan konsumen warunk upnormal. Populasi yang dipakai dalam penelitian ini ialah konsumen warunk upnormal di kelapa gading. Ukuran sampel yang diambil sejumlah 75 orang responden, dengan menggunakan metode non-probability sampling khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner melalui google form. Teknik analisis yang digunakan ialah metode analisis PLS (Partial Least Square) dengan perangkat lunak *SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien jalur sebesar 0.293. (2) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.759. (3) Suasana Tempat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar -0.122. Kontribusi tertinggi ada pada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.759.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Harga, Suasana Tempat, dan Kepuasan Konsumen.