**ABSTRAK**

Kafe merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner. Kafe masih menjadi andalan bagi para pelajar sebagai tempat makan atau untuk sekedar bersantai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, persepsi harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kafe Ei.Co Milk. Sampel pada penelitian ini berjumlah 96 orang. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji instrumen dengan bantuan SPSS v20. Hasil menunjukan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci**: Citra Merek, Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

***ABSTRACT***

*Cafe is one of the businesses engaged in the culinary field. The cafe is still a mainstay for students as a place to eat or just to relax. This study aims to determine and analyze the effect of brand image, price perception, facilities and service quality on customer satisfaction at Ei.Co Milk cafe. The sample in this study amounted to 96 people. This sampling technique uses accidental sampling method using purposive sampling technique. The data analysis technique in this study was carried out using descriptive analysis methods, classical assumption tests, multiple linear regression and instrument tests with the help of SPSS v20. The results show that the brand image variable has a significant effect on customer satisfaction. Price perception variable has no effect on customer satisfaction. The facility variable has no effect on customer satisfaction and the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords****: Brand Image, Price Perception, Facilities, Service Quality, Customer Satisfaction.*