

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Product* dan *People* terhadap Kepuasan Konsumen dan dampaknya pada Loyalitas Konsumen pada *Café and Resto* Kandang Ayam (Survei Pada Jalan Kebon Jati No.141 Bandung). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tanggapan konsumen mengenai produk yang ditawarkan, bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan *people*, bagaimana tanggapan kepuasan konsumen, bagaimana loyalitas konsumen dan seberapa besar pengaruh *product* dan *people* terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen di *Café and Resto* Kandang Ayam Jalan Kebon Jati No.141 Bandung secara simultan dan parsial.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif dengan tehnik pengumpulan data dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket) dan observasi (pengamatan). Adapun ukuran populasinya 78 orang dengan sampel 65 orang. Sedangkan tehnik sampling yang digunakan untuk menghitung besarnya ukuran sampel dalam *non-probability sampling*. Sesuai dengan perhitungan statistik, *Product* dan *People* berada dalam posisi tidak baik yang berdampak terhadap rendahnya Kepuasan Konsumen dan loyalitas konsumen *Café and Resto* Kandang Ayam.

Kata Kunci : *Product, People, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of Products and People to Consumer Satisfaction and its impact on Consumer Loyalty in the Café and Resto Kandang Ayam (Survey On Café and Resto Kandang Ayam Jalan Kebon Jati No.141 Bandung). The problem of this study is how consumer feedback about the products offered, how consumer feedback regarding the quality of service people, how do you respond to customer satisfaction, how consumer loyalty and how much influence the product and people to customer satisfaction and its impact on consumer loyalty in the Café and Resto Kandang Ayam Jalan Kebon Jati Bandung 141 simultaneously and partially.

The method used in this research is descriptive and verification with data collection techniques with interviews (interviews), the questionnaire (questionnaire) and observations (observation). As for the size of the population sample of 78 people with 65 people. While the sampling technique used to calculate the size of the sample in a non-probability sampling. In accordance with the statistical calculations, Product and people position resulting in not so good position rate for customer satisfaction and customer loyalty on Café and Resto Kandang Ayam.

Keyword: Product, People, Customer Satisfaction, Customer Loyalty