

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen dan mengetahui seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen secara simultan maupun parsial pada Rully Bistro Cafe.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *non probability sampling* dengan metode *incidental*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif serta sampel pada penelitian ini berjumlah 98 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuisioner.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian analisis koefisien determinasi adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan sebesar 0,622 atau 62,2% dan suasana toko sebesar 0,13 atau 1,3% sehingga kedua variabel tersebut memiliki kontribusi sebesar 0,635 atau 63,5% terhadap kepuasan konsumen sehingga sisanya 36,5% merupakan pengaruh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Sehingga dari kedua variabel tersebut maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan suasana toko.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze the influence of service quality and store atmosphere on customer satisfaction and find out how much influence these two variables have on customer satisfaction simultaneously or partially at Rully Bistro Cafe.

The data used in this study are primary data. This study uses non-probability sampling data collection using incidental methods. The analytical method used in this study is descriptive and verification analysis and the sample in this study amounted to 98 people. Data collection techniques used were observation, interviewing and distributing questionnaires.

The results of the study used multiple linear regression analysis, multiple correlation, hypothesis testing and coefficient of determination. And the results of the study show that service quality variables and store atmosphere have a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of the analysis of the coefficient of determination is that there is an effect of service quality of 0.622 or 62.2% and the store atmosphere is 0.13 or 1.3% so that the two variables have a contribution of 0.635 or 63.5% to consumer satisfaction so the remaining 36.5 % is the influence of variables not examined in this study. So that from the two variables, service quality has a greater influence than the store atmosphere.

Keywords: *Service Quality, Store Atmosphere, Consumer Satisfaction*