

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas produk, *servicescape*, dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di *Gading Restaurant* Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 92 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah incidental sampling. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis korelasi berganda diketahui nilai R (koefisien korelasi) adalah sebesar 0,895 yang berarti kualitas produk dan *servicescape* memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk dan *servicescape* memberikan kontribusi terhadap *Gading restaurant* Bandung sebesar 80,1% sedangkan sisanya sebesar 19,9% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Kualitas produk dan *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen masing-masing sebesar 29,9% dan 50,2%.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Servicescape*, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The aim of the research is to know about consumer's response to product quality, servicescape, and the effect of combination of these factors to consumer satisfaction in Gading Restaurant Bandung. This study use descriptive and verificative method with 92 respondent, which is choosed incidentally. Data was collected by spreading questionnair, observation, interview and analyzed using multiple linear regression, multiple correlation, and coefficient of determination technique.

The result show that the value of R (coefficient of correlation) is 0,895 which is meant that product quality and servicescape have a significant effect or strong level of relationship to the consumer satisfaction. Coefficient of determination analysis show that product quality and servicescape contribute to the 80,1% consumer satisfaction in Gading restaurant, while 19,9% remaining is influenced by other variables that is not examined. Product quality and servicescape influence consumer satisfaction by 29,9% and 50,2% respectively.

Keywords: Product Quality, Servicescape, and Consumer Satisfaction.