

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG KOPI BOLABALI

Oleh
BINSAR ROLAND PASARIBU

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh Kualitas Produk dan *Servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada warung kopi Bolabali. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Populasi penelitian adalah konsumen warung Bolabali sebanyak 100 responden dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Uji Validitas menggunakan faktor analisis, sementara Uji Reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha*. Analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan signifikansi $<5\%$. Hasil analisis diperoleh kualitas produk dan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai terbesar pada kualitas produk. Besar peran variabel X terhadap Y sebesar 61,8%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Servicescape, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICESCAPE ON CUSTOMER SATISFACTION ON COFFEE SHOP BOLABALI

By

BINSAR ROLAND PASARIBU

The purpose of this study is to determine whether there is influence of Product Quality and Servicescape to customer satisfaction at Bolabali coffee shop. This type of research uses associative research with the form of causal relationships. The population of this research is consumer of Warung Bolabali with 100 respondents with non-probability sampling method with purposive sampling technique with certain criteria. Test Validity using factor analysis, while Test Reliability using cronbach's alpha. Data analysis using Multiple Linear Regression, hypothesis test using t test and F test with significance <5%. The analysis result obtained product quality and servicescape have positive and significant effect to consumer satisfaction with the biggest value of on product quality. The role of variable X to Y is 61.8%, the rest is influenced by other factors not examined.

Keywords: *Product Quality, Servicescape, Consumer Satisfaction*