

ABSTRAK

Mustopa Khamil (1211802078) : Pengaruh Kualitas Produk dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen KFC Cabang Cimahi).

Kepuasan konsumen telah menjadi isu sangat penting, dan banyak perusahaan menginvestasikan sumber daya konsumen dan terus berupaya untuk mencari informasi bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi kualitas produk serta *servicescape* merupakan strategi yang dapat digunakan usaha *food services* untuk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan pengembangan produk terhadap kepuasan konsumen, yang diujikan pada konsumen KFC cabang Cimahi, baik secara parsial (satu persatu) maupun secara simultan (bersama-sama).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian berjumlah 213 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *Non-propability sampling*, yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner dan data yang telah terkumpul kemudian di uji validitasnya dengan menggunakan korelasi *pearson product moment* (0,30) dan diuji reliabilitasnya dengan menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa kualitas produk dan *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti melalui pengujian secara simultan yang menghasilkan F_{hitung} 208,382, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen terbukti melalui pengujian regresi linier berganda yang menghasilkan nilai β (beta) sebesar 0,574 dengan t_{hitung} sebesar 10,721. Serta *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti melalui pengujian secara parsial yang menghasilkan t_{hitung} 5,829. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan nilai r square 0,665. hal ini menunjukkan bahwa komitmen afektif dipengaruhi oleh fasilitasi spiritualitas tempat kerja dan iklim organisasi sebesar 65,5%, sedangkan 33,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Servicescape*, Kepuasan Konsumen.