

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara jelas tentang kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Restoran Solaria Mall Puri Indah Jakarta Barat. Tujuan kedua adalah untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran Solaria Mall Puri Indah Jakarta Barat. Sampling mencapai 100 responden. Analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS (metode analisis regresi linier berganda) IBM program aplikasi statistik versi 21 untuk pengolahan data.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan: a) dimensi kehandalan adalah dimensi yang paling dominan dalam variabel kualitas layanan, b) dimensi bentuk adalah dimensi yang paling dominan dalam variabel kualitas produk, c) Atribut yang berkaitan dengan produk adalah dimensi yang paling dominan dalam variabel kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis adalah: 1) Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen, 2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen, 3) Kualitas Layanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen.



## ABSTRACT

*This study aims to describe clearly about the quality of service, product quality to customer satisfaction to consumers Restaurants Solaria Mall Puri Indah, West Jakarta. The second objective was to test the effect of the quality of service and product quality to customer satisfaction. The population in this study is that consumers Restaurants Solaria Mall Puri Indah, West Jakarta. Sampling reached the 100 respondents. Research analysis were performed using SPSS (method of multiple linear regression analysis) IBM program version 21 statistical applications for data processing.*

*Descriptive analysis showed: a) the dimensions of reliability is the dimension of the most dominant in the variable quality of service, b) dimensional shapes are the dimensions of the most dominant in the variable quality of the product, c) attribute associated with the product are the dimensions of the most dominant in the variable customer satisfaction. The results of hypothesis testing are: 1) Quality of Service significantly influence consumer satisfaction to the consumer, 2) Product Quality significant effect on customer satisfaction to consumers, 3) Quality of Service and Quality of Products jointly significant effect on customer satisfaction.*

*Keywords: quality of service, product quality and consumer satisfaction*

