

ABSTRAKSI

Elvira Wijaya, Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk, Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen (Dibimbing Oleh Jatmiko)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan Kualitas Produk, Persepsi nilai terhadap kepuasan Konsumen. Pada Restoran Solaria Puri kembangan Jakarta Barat. Hipotesis sesuai dengan penelitian terdahulu, temuan penelitian bahwa dari ketiga variabel masing-masing berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan instrumen penelitian kuisisioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 140 orang. Data di analisa menggunakan metode analisis data melalui uji validitas, dan reliabilitas, dan di analisis menggunakan alat ukur Regresi Linier Berganda dengan menggunakan Software Statistik.

Penelitian memberikan hasil bahwa dari tiga variabel masing-masing berpengaruh, Kualitas pelayanan tingkat signifikansi dia atas 0.05 sehingga dapat dikatakan memiliki pengaruh terhadap kepuasan Konsumen. Kualitas produk persepsi nilai berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, Kualitas pelayanan kualitas produk, persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen secara simultan memiliki pengaruh dan positif.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Persepsi Nilai, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Elvira Wijaya. *The Influence Of Service Quality, Product Quality and Value Of Perception to Consumer Satisfaction (Supervised By Jatmiko)*

The purpose of this study is to determine the effect of Quality of Service Product Quality, Perception of value to Consumer satisfaction. At Solaria Restaurant Puri kembangan West Jakarta. Hypothesis in accordance with previous research, research findings that of the three variables each have a significant and positive impact on consumer satisfaction. This research uses primary data and secondary data with questionnaire research instrument. Sampling technique in this research using Non Probability Sampling with the number of respondents as many as 140 people. The data in the analysis using data analysis method through the test of validity, and reliability, and in the analysis using multiple linear regression tool using Statistical Software

Research gives result that from three variables each influential, Quality of service level of significance he is over 0.05 so it can be said has an influence on consumer satisfaction. Quality of product perception value has a significant and positive impact on customer satisfaction. Partially, Quality of product quality service, perception of value to consumer satisfaction simultaneously have influence and positive.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Value of Perception, Customer Satisfaction.