

**PENGARUH *ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN SLEEPING FOREST**

Disusun oleh:

Nia Nuraeni

Pembimbing:

M. Hadi Prasetyo, SE., MM

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Atmosphere* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif analisis dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran Sleeping Forest Bandung sebanyak 100 orang. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sample*. Karena penulis mengambil populasi yang ada di restoran sebanyak 100 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi sebagai teknik sensus (sampel jenuh).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji asumsi klasik tidak bermasalah dan semua data variabel berdistribusi normal sehingga telah memenuhi syarat untuk dapat menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil Uji-f menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Atmosphere* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 59,2%, sisanya 40,8% adalah kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Atmosphere*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

INFLUENCE OF ATMOSPHERE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE SLEEPING FOREST RESTAURANT

By:

Nia Nuraeni

Mentor:

M. Hadi Prasetyo, SE., MM

ABSTRACT

This research was conducted to find out the influence of Atmosphere and Quality Product of Customer Satisfaction.

The study of quantitative method is wear with the descriptive approach analysis and verification. The population in this study was an employee of consumers in restaurant Sleeping Forest Bandung as much as 100 people. To determine the number of samples in this study is using the method of purposive sample. Because the winter took a population around 100 respondents that exist from that restaurant. By means of the use the entire population without having to draw the sample research as units of observation as census techniques (saturated samples).

The research results showed that the classical assumptions of test results is not problematic and all data is distributed variable that are qualified to be able to use a multiple linear regression method. The f-test result showed that there is a positive and significant influence between the atmosphere and quality product of customer satisfaction of 59,2%, at the remaining 40,8% is the contribution of other variables that are not included in this study.

Keywords: Atmosphere, Quality Product, Customer Satisfaction