

## INTISARI

Usaha kuliner seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah. Untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif para pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk dan layanannya dalam upaya memuaskan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas layanan yang meliputi keandalan, daya tangkap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ayam Kampus *Culinary*. Dengan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y) dan variabel independen adalah bukti keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan fisik (X5). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Ayam Kampus *Culinary*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Non Probability Sampling*. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *quota sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, serta menggunakan alat analisis uji regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 24.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 80,8 % dan variabel yang paling dominan adalah variabel bukti fisik dengan nilai standardized 39,1 %.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*Culinary business is often associated with high community mobility. This is often associated with workers or someone who is busy doing activities outside the home. One of them by looking for food and drink outside the home. To win the competitive competition, business players are required to be able to create competitive advantages over their products and services in an effort to satisfy consumers. The purpose of this study is to determine (1) the effect of service quality which includes reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible affect consumer satisfaction of Ayam Kampus Culinary. With dependent variable is consumer satisfaction (Y) and the independent variable is reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4), and tangible (X5). This research aims to analyze and discuss the effect of service quality on consumer satisfaction of the Ayam Kampus Culinary. The type of research used is quantitative. Sampling technique using Non Probability Sampling. The sampling method uses quota sampling, with a sample of 100 respondents, and uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS 24.0 software for windows.*

*The results showed that the adjusted R square value was 80.8% and the most dominant variable was the Tangible variable with a standardized value of 39.1%.*

**Keywords:** *Service Quality, Consumer Satisfaction*