**ABSTRAK**

Wafieuddin Ahmad / 20150499 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Mall Kelapa Gading Jakarta Utara/ Dr. Bilson Simamora,M.M.

Industri restoran merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Namun persaingan dalam industri restoran saat ini semakin pesat, terlebih dengan adanya berbagai pilihan layanan, produk dan harga yang ditawarkan menjadi pilihan dari perusahaan untuk berusaha memenuhi kebutuhan keinginan konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Mall Kelapa Gading.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kualitas Layanan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Objek penelitian ini adalah *Pizza Hut* Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara. Metode ini yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif dengan teknik analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 sampel konsumen Pizza Hut Mall Kelapa Gading. Penarikan sampel *non probability* dengan teknik *judgement sampling.*

Kualitas Produk dan Kualitas Layanan masing-masing mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian menunjukan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan sudah baik, dan Kepuasan Konsumen sudah puas. Hasil penelitian menunjukan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terbukti berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terbukti mempengaruhi Kepuasan Konsumen sesuai dengan teori dan penelitain tedahulu.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen