

**ABSTRAK**

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PELAYANAN, DAN SUASANA TEMPAT  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTAURAN STEAK MOEN MOEN**  
Studi Kasus pada Konsumen Restoran Steak Moen Moen di Galleria Mall

Erna Sumiati  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, pelayanan dan suasana tempat terhadap kepuasan konsumen di Restoran Steak Moen Moen. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Restoran Steak Moen Moen di Galleria Mall dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk (X1), harga (X2), pelayanan (X3), dan suasana tempat (X4) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara parsial, produk (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), harga (X2) tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen (Y), pelayanan (X3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dan suasana tempat (X4) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF THE PRODUCT, PRICE, SERVICE, AND THE PLACE ATMOSPHERE  
A CUSTOMER SATISFACTION OF RESTAURANT STEAK MOEN MOEN**

Case study the consumer Restaurant Steak Moen Moen in Galleria Mall

Erna Sumiati  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta 2015

This purpose of this research was to identify the effect of the product, price, service, and the place atmosphere a customer satisfaction of Restaurant Steak Moen Moen. The data gathering technique was using questionnaire. The method for the sampling is purposive sampling technique. The population of this research was the customer Restaurant Steak Moen Moen in Galleria Mall the amount of 100 respondents. The data analysis technique was the multiple linear regressions. Based on the result of this research showed that the product (X1), price (X2), service (X3), and the place atmosphere (X4) simultaneously influenced customer satisfaction (Y). Partially, the product (X1) not influenced the customer satisfaction (Y), the price (X2) not positively influenced the customer satisfaction (Y), the service (X3) positively significant influenced the customer satisfaction (Y), and the place atmosphere (X4) positively significant influenced the customer satisfaction (Y).