

ABSTRAK

Seiring dengan perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya ekspektasi masyarakat, industri kuliner mengalami pertumbuhan yang pesat, sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat. Namun, di tengah perkembangan tersebut, masih terdapat berbagai tantangan, termasuk ulasan negatif dari pelanggan yang berpotensi memengaruhi kepuasan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening, pada pelanggan restoran Jatinangor House di Kota Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan layanan Jatinangor House di Kota Semarang dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepercayaan pelanggan terbukti memediasi pengaruh pengalaman pelanggan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Jatinangor House di Kota Semarang perlu fokus menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, serta peningkatan kualitas produk.

Kata kunci: Pengalaman pelanggan, kualitas produk, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, Jatinangor House Kota Semarang