

## ABSTRACT

*Bandung City besides having many natural attractions and historical attractions, Bandung City also offers an interesting tour experience that clothes shopping (factory outlets) and culinary tours. Culinary tourism tourists selected for Bandung known as a cool atmosphere and a great place for culinary. Therefore the businesses vying to open a business in the culinary field. Bandung culinary business is very diverse ranging from a cafe or coffee shop, restaurant, food court, to vendors. This study aims to analyze servicescape in which there is an ambient condition, spatial layout and functionality, and the signs, symbols and artifacts together significant effect on customer satisfaction Roti Gempol and Kopi Anjis Cafe on Bengawan Branch Bandung.*

*Servicescape is anything that is physically present in the vicinity of consumers during a meeting of transaction services. (Hightower, 2009: 381). Servicescape is the environment in which the service is delivered and where companies and customers interact, and any intangible components that facilitate the appearance or communication of services. (Zeithmal and Bitner, 2009: 313). Satisfaction / dissatisfaction linguistically, satisfaction is derived from the Latin is satis which means pretty and facere do or make more than adequate. Based on this linguistic approach the satisfaction means that the product or service that is able to deliver more than expected consumer. (Oliver, 1997 in books and Arrina Ignatius, 2012: 427)*

*Non-probability samples using a technique by means of incidental sampling, samples were taken as many as 100 people. Data collection methods used were observation and questionnaires. Data were analyzed using simple linear regression analysis with SPSS 20.0.*

*The results showed that servicescape resulting from ambient condition dimensional, spatial layout and functionality, and the signs, symbols and artifacts jointly influence consumer satisfaction of 74.6%. The factors that most significantly influence consumer satisfaction in Cafe Roti Gempol and Kopi Anjis Branch Bengawan Bandung is Spatial Layout and Functionality with  $t$  value of 10.262 and the coefficient of determination of 0.518.*

*Consumers give a good assessment of the implementation Servicescape Roti Gempol and Kopi Anjis Cafe on Bengawan Branch Bandung, because these variables are in the good category is the average percentage of 74.6%. And consumer satisfaction Roti Gempol and Kopi Anjis Cafe on Bengawan Branch Bandung is considered good because the good category (line continuum) with a percentage of 78.1%.*

*Keywords: Servicescape, Customer Satisfaction, Linear Regression*

## ABSTRAK

Kota Bandung selain mempunyai banyak objek wisata alam maupun objek wisata sejarah, Kota Bandung pun menawarkan pengalaman berwisata yang menarik yaitu wisata belanja pakaian (*factory outlet*) dan wisata kuliner. Wisata kuliner dipilih para wisatawan karena Bandung dikenal dengan suasana yang sejuk dan tempat yang tepat untuk berwisata kuliner. Maka dari itu para pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha di bidang kuliner. Usaha kuliner kota Bandung pun sangat bermacam-macam mulai dari kafe atau *coffee shop*, restoran, *food court*, sampai pedagang kaki lima. Penelitian ini bertujuan menganalisis *servicescape* didalamnya terdapat *ambient condition*, *spatial layout and functionality*, dan *signs, symbol and artifact* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung.

*Servicescape* merupakan segala sesuatu yang secara fisik hadir di sekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa. (Hightower,2009:381) *Servicesape* adalah lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi dari jasa. (Zeithmal dan Bitner, 2009:313). Kepuasan/ketidakpuasan secara linguistik, *satisfaction* berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti cukup dan *facere* melakukan atau membuat lebih dari kecukupan. Berdasarkan pendekatan *linguistic* ini maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu memberikan lebih dari pada yang diharapkan konsumen. (Oliver, 1997 dalam buku Ignatius dan Arrina ,2012:427)

Sampel menggunakan teknik non probabilitas dengan cara *insidental sampling*, sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan *software SPSS 20.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* yang dihasilkan dari dimensi *ambient condition*, *spatial layout and functionality*, dan *signs, symbol and artifact* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 74,6%. Faktor yang paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung adalah *Spatial Layout and Functionality* dengan nilai t hitung sebesar 10,262 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,518.

Konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap pelaksanaan *Servicescape* Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung karena variabel tersebut berada pada kategori baik yaitu dengan persentase rata-rata sebesar 74,6%. Dan Kepuasan konsumen Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung dinilai baik karena pada kategori baik (garis kontinum) yaitu dengan persentase sebesar 78,1%.

Kata Kunci : *Servicescape*, Kepuasan Konsumen, Regresi Linear