

ABSTRAK

Ketatnya persaingan dalam usaha restoran saat ini menyebabkan pemilik restoran harus dapat menciptakan keunggulan-keunggulan bersaing dibandingkan restoran lainnya. Salah satu keunggulan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk jasa seperti restoran adalah dengan menciptakan dan meningkatkan pelaksanaan *servicescape*.

Servicescape adalah fisik lingkungan atau fasilitas fisik dimana layanan diproduksi, disampaikan, dan dikonsumsi. Pengertian lain menyebutkan bahwa *servicescape* adalah kesan-kesan yang diciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di Solaria TSM Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian adalah kuesioner, dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *incidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 400 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Solaria TSM, hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($463,093 > 2,63$) dengan tingkat signifikasinya $0,000 < 0,005$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial didapat variabel *ambient condition*, *spatial layout and functionality*, dan *sign, symbol, and artifacts* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Solaria TSM Bandung. Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil $Y = -0,050 + 0,554X_1 + 0,363X_2 + 0,105X_3$. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa *servicescape* mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 77,8% dan sisanya sebesar 22,2% diantaranya oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam peneliti ini seperti produk, harga, kualitas dan promosi.

Kesimpulan penelitian ini, pelaksanaan *servicescape* di Solaria TSM Bandung sudah masuk kedalam kategori baik, namun ada beberapa aspek yang akan lebih baik jika dilakukan perbaikan seperti, musik dan tempat mencuci tangan.

Kata Kunci : *Servicescape*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The tight competition in the restaurant businesses is currently causing the owners of restaurant should be able to create excellence-competitive advantage compared to another restaurant. One of the advantages that can increase consumer satisfaction is to create and improve the implementation of Servicescape.

Servicescape is physical environment or physical facilities where services produced, delivered, and consumed. The another definition mention that servicescape is impressions created in sensory perception by the design of the physical environment where services are delivered.

This research is aims to know the influence of servicescape to the costumer satisfaction in Solaria TSM Bandung. The methods used in is quantitative methods with this type of research is causal study. The types of data required for the research is primary data and secondary data. While the techniques used in collecting data for the research is a questionnaire, and the study of literature. Sample taken by non-probabilty sampling with the type of incidental sampling with 400 respondents. Then, for The data analysis used in this research is descriptive analysis and multiple liner regression analysis.

Based on the results of hypothesis testing to simultaneously Servicescape positive and significant effect on consumer satisfaction in the Solaria TSM Bandung, this is proven by $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($463,093 > 2,63$) with the level of 0.000 signifikasinya > 0.005 . Based on the results of the test of the hypothesis partially obtained variable Ambient Condition, Spatial Layout and Functionality, and Sign, Syumbol and Artifacts a positive and significant impact on consumer satisfaction in the Solaria TSM Bandung. Based on multiple liner regression analysis has the result $Y = -0,050 + 0,554X_1 + 0,363X_2 + 0,105X_3$. Based on the coefficient of determination is obtained that servicescape is able to explain the consumer satisfaction by 77,8% and the rest of 22,2% of them by the other factors are not examined in this research such as product, price, quality and promotion.

Conclusion of this research, the implementation of Servicescape in the Solaria TSM is already in good categories, but there are some aspects that it will be better if do the improvement such as music, and hand washing.

Key Words : Servicescape, Consumer Satisfaction