

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 tanggapan konsumen mengenai pelaksanaan *servicescape* dan kepuasan konsumen di Solaria TSM Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *convenience 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 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