

**PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN PADA *SERVICESCAPE*
TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI PELANGGAN RESTORAN MANGO
TERRACE DI SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



MUJIB
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH:

ADITYA EKA IRJAYANTO

Nomor Pokok: 049916423

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

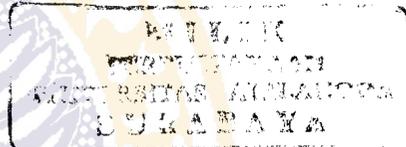
2004

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN PADA *SERVICESCAPE*
TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI PELANGGAN RESTORAN MANGO
TERRACE DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH:
ADITYA EKA IRJAYANTO**

Nomor Pokok: 049916423



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Sri Wahjuni Astuti".

Dr. SRI WAHJUNI ASTUTI, S.E., M.S.

TANGGAL 12-4-2004.

KETUA PROGRAM STUDI,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Amiruddin Umir".

Dr. H. AMIRUDDIN UMIR, SE.

TANGGAL

ABSTRAKSI

Kualitas jasa merupakan salah satu keunggulan bersaing potensial dalam pemasaran jasa untuk mencapai penjualan yang superior dan mencapai keuntungan. Jasa biasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Juga, karena jasa tidak berwujud, pelanggan akan mencari semua petunjuk yang berwujud untuk membantu mereka mengerti mengenai pengalaman jasa. Bukti kualitas jasa terdiri dari tiga bauran pemasaran jasa yaitu orang, proses, dan bukti fisik. Bagian dari bukti fisik adalah lingkungan dimana jasa diproses, dihantarkan, dan dikonsumsi disebut sebagai *servicescape*

Persaingan antar restoran yang semakin ketat membuat restoran Mango Terrace berusaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan memberikan suatu nilai tambah di mata konsumen, salah satunya adalah lewat *servicescape*. Persepsi pelanggan pada *servicescape* meliputi kondisi ambien, penataan fasilitas, kebersihan, desain interior, dan kenyamanan tempat duduk. Terciptanya kepuasan dari pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang lebih baik dalam pembelian ulang sehingga menguntungkan bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pelanggan atas kondisi ambien, penataan fasilitas, kebersihan, dekorasi interior dan kenyamanan tempat duduk terhadap kepuasan dan lebih lanjut pengaruh kepuasan pelanggan pada minat berkunjung kembali pelanggan restoran Mango Terrace di Surabaya.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik analisis jalur dengan regresi linear berganda pada program *SPSS 10.00 for Windows*. Berdasarkan hasil analisis maka hipotesis penelitian pertama yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara persepsi pelanggan pada kondisi ambien, penataan fasilitas, kebersihan, desain interior, dan kenyamanan tempat duduk terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima dan hipotesis penelitian kedua yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap minat pelanggan berkunjung kembali dapat diterima.