

**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**

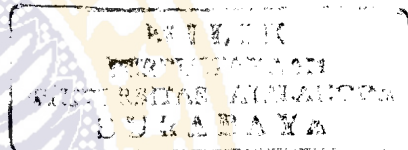
**2004**

**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,**

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

**TANGGAL 12-4-2004.**

**KETUA PROGRAM STUDI,**

**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.