

## ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti pengaruh faktor - faktor *Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan yang menyebabkan terjadinya *word of mouth* para pelanggan McDonald's Cabang Basuki Rahmat Surabaya. Pelanggan yang diteliti adalah kelompok usia 18 tahun sampai diatas usia 56 tahun yang mengunjungi McDonald's Cabang Basuki Rahmat Surabaya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh faktor - faktor *Servicescape* terhadap Kepuasan pelanggan dan *Word of Mouth* para pelanggan McDonald's Cabang Basuki Rahmat Surabaya. Variabel yang dipakai dalam penelitian ini direplikasi dari Lucas, Anthony F. 2003 the Determinants and Effects of Slot *Servicescape Satisfaction* in a Las Vegas Hotel Casino. *UNLV Gaming Reaseach & Review Journal*. Vol 7 Iss. 1 p. 1 –19.

Kelima variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kondisi Ambien, Penataan Fasilitas, Kebersihan, Dekorasi Interior, Kenyamanan Tempat Duduk. Kepuasan merupakan variabel antara dan *Word of Mouth* adalah variabel terikat. Penelitian ini melakukan sampel pada dua ratus pelanggan di McDonald's Cabang Basuki Rahmat Surabaya. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis metode regresi bertahap. Regresi tahap pertama menguji pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan dan Regresi tahap kedua menguji pengaruh Kepuasan terhadap *Word of Mouth*.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh formula persamaan regresi tahap pertama  $Y_1 = -1,038 + 0,205.X_1 + 0,551.X_2 + 0,256.X_3 + 0,237.X_4 + 0,164.X_5$  dan persamaan regresi tahap kedua  $Y_2 = 0,332 + 0,955.Y_1$ . Nilai uji t untuk variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan ( $Y_1$ ) dengan tingkat signifikansinya lebih kecil dari 5%. Untuk uji F menunjukkan nilai 147,618 yang jauh lebih besar dari nilai F tabel, berarti kelima variabel bebas secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Koefisien Determinasi yang dihasilkan oleh model persamaan regresi tahap pertama sebesar 0.792 atau dapat diartikan sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel independen sebesar 79,2% sedangkan 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai Uji t pada persamaan regresi tahap kedua diperoleh hasil variabel  $Y_1$  secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth* ( $Y_2$ ) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 5%.

Dari hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa variabel Kondisi Ambien, Penataan Fasilitas, Kebersihan, Dekorasi Interior, Kenyamanan Tempat Duduk berpengaruh secara bersama - sama terhadap Kepuasan. Variabel Kepuasan berpengaruh terhadap *Word of Mouth* di McDonald's Cabang Basuki Rahmat Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian ini saran untuk McDonald's Cabang Basuki Rahmat Surabaya adalah selain melanjutkan dan meningkatkan penerapan strategi *Servicescape* yang sudah ada, sebaiknya McD lebih banyak lagi menawarkan jasa yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan agar dapat menimbulkan *Word of Mouth* Positif.