

ABSTRAKSI

Salah satu faktor penting yang dapat menarik konsumen untuk berkunjung kembali ke suatu toko adalah dengan menciptakan *servicescape* yang menarik. Empat variabel *servicescape* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kondisi ambien, penataan fasilitas, kebersihan, dan dekorasi interior. Sedangkan variabel keramahan karyawan merupakan strategi peritel untuk memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen.

Penelitian ini meneliti pengaruh faktor-faktor *servicescape* dan keramahan karyawan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada niat konsumen untuk berkunjung kembali pada Factory Outlet The Summit Surabaya. Kepuasan konsumen atas *servicescape*, kepuasan konsumen atas keseluruhan *experience*, dan niat konsumen untuk berkunjung kembali adalah variabel tergantung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi bertahap. Regresi tahap pertama menguji pengaruh faktor-faktor *servicescape* terhadap kepuasan konsumen atas *servicescape*. Regresi tahap kedua menguji pengaruh kepuasan konsumen atas *servicescape* dan keramahan karyawan terhadap kepuasan konsumen atas keseluruhan *experience*. Regresi tahap ketiga menguji pengaruh kepuasan konsumen atas keseluruhan *experience* terhadap niat konsumen untuk berkunjung kembali. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh formula persamaan regresi, sebagai berikut :

$$Y_1 = 0,769 + 0,123X_1 + 0,021X_2 + 0,092X_3 + -0,015X_4 + 0,574564$$

$$Y_2 = 0,887 + 0,492X_5 + 0,200Y_1 + 0,467856$$

$$Y_3 = 1,811 + 0,463Y_2 + 0,683929$$

Regresi tahap pertama menghasilkan kesimpulan, variabel kondisi ambien dan kebersihan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen atas *servicescape*. Namun variabel penataan fasilitas dan dekorasi interior tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen atas *servicescape*. Regresi tahap kedua menghasilkan kesimpulan, variabel kepuasan konsumen atas *servicescape* dan keramahan karyawan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen atas keseluruhan *experience*. Regresi tahap ketiga menghasilkan kesimpulan, variabel kepuasan konsumen atas keseluruhan *experience* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat konsumen untuk berkunjung kembali. Koefisien determinasi dari tiap regresi kurang dari 0,40. Artinya sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung kurang dari 40%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Saran yang dapat diberikan untuk Factory Outlet The Summit Surabaya yaitu selain menjaga dan meningkatkan strategi *servicescape* dan keramahan karyawan yang telah ada, sebaiknya Factory Outlet The Summit Surabaya juga memperhatikan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti produk dan harga. Supaya kepuasan konsumen meningkat dan tercipta niat konsumen untuk berkunjung kembali pada Factory Outlet The Summit Surabaya.