

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP WORD OF MOUTH STUDI PADA PAVILION RESTO AND CAFE BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Muhammad Mukhtaridi Ratu Agung**

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi lingkungan fisik (*servicescape*) pada kepuasan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih berdasarkan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditetapkan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 17.0. Hasil penelitian uji t didapat secara parsial dimensi lingkungan fisik (*servicecape*) yakni: kondisi sekitar (X1), tata letak ruang dan fungsional (X2), tanda, simbol, dan artefak (X3) berpengaruh positif dan signifikan pada *word of mouth* (Y). Besarnya kontribusi dimensi lingkungan fisik (*servicescape*) pada *Word of Mouth* 49,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci : Lingkungan Fisik dan Word of Mouth**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF SERVICESCAPE ON WORD OF MOUTH ON PAVILION RESTO AND CAFE BANDAR LAMPUNG***

**By**

**Muhammad Mukhtaridi Ratu Agung**

*Management, Faculty of Economic and Business, University Of Lampung*

*This research aims to determine the effect of physical environment dimension (servicescape) on consumer satisfaction. The method used in this research is descriptive verification. The type of data used is qualitative and quantitative data. Data source in this research qualitative and quantitative data. Data collection was done by distributing questionnaires to 100 respondents selected based on non probability sampling technique with purposive sampling method with predefined criteria. Data analysis using multiple linear regression with the help of SPSS 17.0. The result of t-test is obtained by partial dimension of physical environment (servicescape) namely: ambient conditions (X1), spatial layout and functionality (X2), signs, symbol and artifact (X3) have positive and significant effect on word of mouth (Y). The amount of contribution of the physical environment dimension (servicescape) on word of mouth of 49.7% the rest is influenced by other variables that are not examined.*

***Keywords : Servicescape and Word of Mouth***