

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICESCAPE DIMENSION ON CONSUMER SATISFACTION

**(Study of Consumers in the Class II Inpatient Room
Hospital Adventists in Bandar Lampung)**

BY

GILANG SETIAWAN

At present the development of business in the city of Bandar Lampung is getting higher. The hospital is sector businesses to participate in health care, health care is considered the rights of citizens must be met by the government. Government efforts in meeting services for the community are not always in accordance with community expectations, for example, services that are not optimal. Hospitals as services provided by the government is not the only aspect of treatment, but also the public deserves to get more value from the service itself such as Servicescape owned by the hospital.

The problems in this study is whether the variable Servicescape effect on Consumer Satisfaction in the RS . Adventists in Bandar Lampung. The purpose of this research is to know is there any influence of variables Servicescape against Consumer Satisfaction in the RS . Adventists in Bandar Lampung.

The samples in this study using metode Non-Probability Sampling technique Purposive Sampling criteria patients' families and visitors who use the inpatient room and enjoy the services of class II in the hospital room. Adventist . The independent variable in this study is servicescape consisting of ambient conditions, spatial layout and functionality, signs, symbols, and artifacts. The dependent variable in this study is customer satisfaction .

The analysis shows that Servicescape (X) has a significant effect on the variable Customer Satisfaction (Y) with a significant value of 0,000. The magnitude of the role of the magnitude of the role of the variables X1 (ambient conditions), X2 (spatial layout and Funcionality), X3 (sign, symbol, and artifact) in determining customer satisfaction respectively by 61.6%, 11.7%, and 26.8 %, while the rest is influenced by other variables outside this study.

Keywords: Servicescape , Consumer Satisfaction

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen diruang Rawat Inap Kelas II RS. Advent di Bandar Lampung)

OLEH

GILANG SETIAWAN

Saat ini perkembangan bisnis di kota Bandar Lampung sudah semakin tinggi. Rumah sakit merupakan sektor bisnis yang berpartisipasi dalam pelayanan kesehatan, pelayanan kesehatan dianggap hak dari warga negara yang harus dipenuhi oleh pemerintah. Upaya pemerintah dalam memenuhi pelayanan bagi masyarakat tersebut tidak selalu sesuai dengan harapan masyarakat, misalnya pelayanan yang tidak optimal. Rumah sakit sebagai pelayanan jasa yang disediakan pemerintah tidak hanya mengedepankan aspek pengobatan saja, namun juga masyarakat berhak mendapatkan nilai lebih dari pelayanan itu sendiri seperti *Servicescape* yang dimiliki rumah sakit tersebut.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah variabel *Servicescape* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada RS. Advent di Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui adakah pengaruh variabel *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen pada RS. Advent di Bandar Lampung.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria keluarga pasien dan pengunjung ruang rawat inap yang menggunakan dan menikmati layanan ruangan kelas II di RS. Advent. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality, signs, symbols, and artifacts*. Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Servicescape* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Besarnya peran besarnya peran variabel X1 (*ambient conditions*), X2 (*spatial layout and Funcionality*), X3 (*sign, symbol, and artifact*) dalam menentukan kepuasan konsumen masing-masing sebesar 61,6%, 11,7%, dan 26,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Servicescape*, Kepuasan Konsumen