

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi pada Doesoen Coffee di Bandar Lampung di Masa New normal)

Oleh

Nanda Iwel Putra Agusta

Industri dibidang perkopian menjadi penyumbang ekspor di Indonesia. Khususnya daerah lampung menjadi salah satu daerah penghasil kopi robusta di Indonesia. Hal ini menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di Lampung. Salah satunya yaitu Dossoen Coffee. Namun Dossoen coffee memiliki tantangan untuk menarik konsumen di era New normal saat ini. Dossoen Coffee harus menyesuaikan strategi dimensi servicescape dengan keadaan di era New normal. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh dimensi servicescape terhadap kepuasan konsumen Dossoen Coffee di Bandar Lampung. Penelitian ini memiliki 3 variabel yaitu Dimensi Lingkungan, Dimensi Desain dan Dimensi Sosial Penelitian ini menggunakan metode non probability sampling yang digunakan adalah teknik purposive sampling, dengan sampel sebanyak 120 responden yang pernah berkunjung lebih dari satu kali ke Dossoen Coffee di Bandar Lampung. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Dibuktikan dengan nilai F 52.287 dengan angka signifikan sebesar 0.000. hasil analisis menjelaskan bahwa dimensi servicescape memiliki pengaruh sebesar 57.5% terhadap kepuasan konsumen Dossoen Coffee di Bandar Lampung, dengan pengaruh terbesar adalah Dimensi Desain.

Kata kunci: Servicescape, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF DIMENSIONS *SERVICESC*APE ON CONSUMER SATISFACTION

(Study on Doesoen Coffee in Bandar Lampung in the New Normal Period)

By

Nanda Iwel Putra Agusta

The coffee industry is a contributor to exports in Indonesia. In particular, the Lampung area is one of the Robusta coffee producing areas in Indonesia. This is a promising business opportunity in Lampung. One of them is Dossoen Coffee. However, Dossoen coffee has challenges to attract consumers in the current New normal era. Dossoen Coffee must adapt its servicescape dimension strategy to the conditions in the New Normal era. This research was conducted to explain the effect of servicescape dimensions on consumer satisfaction of Dossoen Coffee in Bandar Lampung. This study has 3 variables, namely the Environmental Dimension, Design Dimension and Social Dimension. This study uses a non-probability sampling method used is a purposive sampling technique, with a sample of 120 respondents who have visited Dossoen Coffee more than once in Bandar Lampung. The results of this study support the hypothesis proposed in the study. It is proven by the F value of 52,287 with a significant number of 0.000. The results of the analysis explain that the servicescape dimension has an influence of 57.5% on consumer satisfaction at Dossoen Coffee in Bandar Lampung, with the largest influence being the Design Dimension.

Keywords: Servicescape, Consumer Satisfaction.