

## ABSTRAK

### Hubungan antara Persepsi *Servicescape* dengan Kepuasan Konsumen di *Cafe X* di Kota Padang

Oleh: Rizqi Oktaria Putri

Pada era globalisasi saat ini, di Kota Padang sudah banyak pengusaha membangun sebuah *cafe*. Namun, beberapa *cafe* banyak yang mengalami penurunan konsumen sehingga membuat *cafe* tutup. *Servicescape* merupakan suatu fasilitas interior dan eksterior yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang, *servicescape* mengkombinasikan perasaan kognitif, emosional, dan juga fisiologis, sehingga menghasilkan suatu persepsi. *Servicescape* juga berkaitan dengan suasana dan lingkungan sekitar yang merupakan respon secara keseluruhan mengenai pelayanan didalam lingkungan tersebut. Karakteristik lingkungan, tata ruang dan fungsinya, tanda, simbol dan artefak, merupakan dimensi dari *servicescape* (Bitner, 1992).

Penelitian ini adalah penelitian korelasional yang menghubungkan antara persepsi *servicescape* dengan kepuasan konsumen di *cafe X* Kota Padang. Responden berjumlah 94 orang, yang dipilih dengan kriteria tertentu menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji normalitas dan linearitas serta uji korelasi *product moment* dari Karl Pearson menggunakan bantuan SPSS 16.0 *for windows*.

Dari hasil penelitian terlihat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi *servicescape* dengan kepuasan konsumen di *cafe X* Kota Padang. Terbukti dari hasil uji hipotesis didapatkan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,598 dan  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ).