

**PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI *COFFEE SHOP WAKE UP 2.0* MOJOROTO
KEDIRI**

Fajar Budi Laksono
Universitas Islam Kediri
fajarbudi198@gmail.com

ABSTRACT

The influence of servicescape and service quality is very important to find out how much influence it has on consumer satisfaction at Coffee Shop Wake Up 2.0 Mojoroto Kediri. By knowing this relationship, Coffee Shop Wake Up 2.0 Mojoroto Kediri can estimate how consumers respond to the servicescape and services provided so that they can plan and improve the servicescape and quality of services that will be provided in the future.

The sample used in this study is consumers who will buy drinks at Coffee Shop Wake Up 2.0 Mojoroto Kediri, on June 1 - June 14, 2021 as many as 65 people. Data obtained through questionnaires. Based on the results of multiple linear regression tests that have been carried out, it shows that servicescape and service quality simultaneously affect customer satisfaction with the F test results of 20.833 and a significance value of 0.000. The servicescape variable partially also affects consumer satisfaction with the t-test results of 2.868 and a significance value of 0.006 and the service quality variable partially also affects consumer satisfaction with the t-test results of 2.633 and a significance value of 0.011.

ABSTRAKSI

Pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan sangat penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di *Coffee Shop Wake Up 2.0* Mojoroto Kediri. Dengan mengetahui hubungan tersebut, pihak *Coffee Shop Wake Up 2.0* Mojoroto Kediri dapat memperkirakan bagaimana respon konsumen terhadap *servicescape* dan pelayanan yang telah diberikan sehingga dapat membuat perencanaan dan memperbaiki *servicescape* dan kualitas pelayanan yang akan diberikan di waktu yang akan datang.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang akan membeli minuman di *Coffee Shop Wake Up 2.0* Mojoroto Kediri, pada tanggal 1 Juni – 14 Juni 2021 sebanyak 65 orang. Data diperoleh melalui kuesioner. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *servicescape* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji F sebesar 20,833 dan nilai signifikansi 0,000. Variabel *servicescape* secara parsial juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t yang sebesar 2,868 dan nilai signifikansi 0,006 serta variabel kualitas pelayanan secara parsial juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t yang sebesar 2,633 dan nilai signifikansi 0,011.

Kata Kunci *Servicescape*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen