

## ABSTRAK

Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu perusahaan ingin hidup dan berkembang, persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah perusahaan penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.

*Servicescape* merupakan satu wujud dari jasa itu sendiri, yang dapat memengaruhi perilaku dan respon konsumen terhadap jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. *Servicescape* terdiri dari tiga elemen yaitu, *ambient factor*, *design factor*, dan *social interaction factor*.

Cinema XXI Cihampelas Walk Bandung merupakan salah satu bioskop yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih berbagai alternatif bioskop yang ada. Oleh sebab itu pihak pengelola Cinema XXI Cihampelas Walk berusaha memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik dari segi jumlah loket pembelian tiket, ruangan tunggu sebelum film diputar, kafe, *game centre*, *snack corner*, studio, sirkulasi udara di dalam dan di luar studio, pencahayaan ruangan, maupun dari segi pelayanan yang diberikan oleh staf Cinema XXI Cihampelas Walk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara *ambient factor*, *design factor*, dan *social interaction factor* terhadap kepuasan konsumen di Cinema XXI Cihampelas Bandung.

Dari hasil secara keseluruhan dan dari hasil hipotesis menunjukkan bahwa *ambient factor*, *design factor*, dan *social factor* pada Cinema XXI Cihampelas Walk Bandung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 13,5%, sisanya sebesar 86,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci: *Servicescape*, *ambient factor*, *design factor*, *social interaction*, kepuasan konsumen, Cinema XXI Cihampelas Walk Bandung.

## ABSTRACT

*Quality is the key of viability of a company. If that company want to live and evolve, the quality revolution through quality management approach is become integrated that can't be ignored. Nowadays, service provider company is required to indulge the consumers with the best services due to intense competition.*

*Servicescape is one of form itself, that can affect costumers behaviour and response toward the service that given from that service company. Servicescape consist of three element, namely ambient factor, design factor, and social interaction factor.*

*Cinema XXI Cihampelas Walk Bandung is one of the most consumers consideration of chosing a cinema. Therefore, Cinema XXI CihampelasWalk management is trying to meet their criteria. For example, amount of ticket counter, waiting room, coffee, game centre, snack corner, quality of studio, in- and outdoor air circulation, room exposure, as well as services from Cinema XXI Cihampelas Walk staff.*

*This studies are meant to anylized if there is influence between ambient factor, design factor, and social interaction factor against consumers satisfaction in Cinema XXI Cihampelas Bandung. As hypotesis result, ambient factor, design factor, and social factor in Cinema XXI Cihampelas Walk Bandung have impact to consumers satidfation of 13,5%, and 86.5% impacted from others factor.*

*Keywords: Servicescape, ambient factor, design factor, social interaction factor, costumer satisfaction, Cinema XXI Cihampelas Walk Bandung.*

## DAFTAR ISI

|                                                 |     |
|-------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                             | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                        |     |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....         |     |
| <i>ABSTRACT</i> .....                           |     |
| ABSTRAK .....                                   |     |
| KATA PENGANTAR .....                            | ii  |
| DAFTAR ISI.....                                 | iv  |
| DAFTAR TABEL.....                               | xi  |
| DAFTAR GAMBAR .....                             | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                           | xv  |
| <br><b>BAB I                    PENDAHULUAN</b> |     |
| 1.1    Latar Belakang .....                     | 1   |
| 1.2    Identifikasi Masalah.....                | 4   |
| 1.3    Maksud dan Tujuan Penelitian.....        | 5   |
| 1.4    Kegunaan Penelitian .....                | 6   |

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

|       |                                         |    |
|-------|-----------------------------------------|----|
| 2.1   | Manajemen Pemasaran .....               | 7  |
| 2.2   | Bauran Pemasaran.....                   | 10 |
| 2.2.1 | Pengertian Bauran Pemasaran.....        | 10 |
| 2.2.2 | Bauran Pemasaran Jasa .....             | 13 |
| 2.3   | PengertianJasa.....                     | 22 |
| 2.3.1 | KarakteristikJasa .....                 | 23 |
| 2.3.2 | KlasifikasiJasa.....                    | 25 |
| 2.4   | Pengertian <i>Sevricescape</i> .....    | 26 |
| 2.4.1 | Elemen-Elemen <i>Servicescape</i> ..... | 30 |
| 2.5   | Kepuasan Konsumen .....                 | 34 |
| 2.5.1 | Pengukuran Kepuasan Konsumen .....      | 40 |
| 2.6   | Penelitian Terdahulu .....              | 42 |
| 2.7   | Kerangka Pemikiran.....                 | 44 |
| 2.8   | Hipotesis Penelitian .....              | 46 |

### **BAB III                   OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

|       |                                                      |    |
|-------|------------------------------------------------------|----|
| 3.1   | Objek Penelitian.....                                | 49 |
| 3.2   | Jenis Penelitian.....                                | 50 |
| 3.3   | Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 51 |
| 3.3.1 | Populasi.....                                        | 51 |
| 3.3.2 | Sampel.....                                          | 51 |
| 3.3.3 | Teknik Pengambilan Sampel.....                       | 51 |
| 3.4   | Definisi Operasional Variabel.....                   | 53 |
| 3.5   | Teknik Pengumpulan Data.....                         | 56 |
| 3.6   | Teknik Analisis .....                                | 57 |
| 3.6.1 | Uji Validitas .....                                  | 59 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas .....                               | 59 |
| 3.7   | Metode Analisis Data.....                            | 60 |

### **BAB IV                   HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|     |                              |    |
|-----|------------------------------|----|
| 4.1 | Hasil <i>Pretest</i> .....   | 62 |
| 4.2 | Karakteristik Responden..... | 63 |

|        |                                                                       |    |
|--------|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....               | 64 |
| 4.2.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                         | 65 |
| 4.2.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pengunjung....       | 65 |
| 4.3    | Pernyataan Responden Mengenai Faktor-Faktor <i>Servicescape</i> ..... | 67 |
| 4.3.1  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 1</i> .....           | 68 |
| 4.3.2  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 2</i> .....           | 69 |
| 4.3.3  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 3</i> .....           | 69 |
| 4.3.4  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 4</i> .....           | 70 |
| 4.3.5  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 5</i> .....           | 71 |
| 4.3.6  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor 1</i> .....            | 72 |
| 4.3.7  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor 2</i> .....            | 73 |
| 4.3.8  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor 3</i> .....            | 74 |
| 4.3.9  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor 4</i> .....            | 75 |
| 4.3.10 | Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor 5</i> .....            | 76 |
| 4.3.11 | Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor 6</i> .....            | 77 |
| 4.3.12 | Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor 7</i> .....            | 78 |

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 4.3.13 Pernyataan Responden Terhadap <i>Design Factor</i> 8.....  | 79 |
| 4.3.14 Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor</i> 1 ..... | 80 |
| 4.3.15 Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor</i> 2 ..... | 81 |
| 4.3.16 Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor</i> 3 ..... | 82 |
| 4.3.17 Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor</i> 4 ..... | 83 |
| 4.3.18 Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor</i> 5 ..... | 84 |
| 4.3.19 Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 1 .....    | 85 |
| 4.3.20 Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 2 .....    | 86 |
| 4.3.21 Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 3 .....    | 87 |
| 4.3.22 Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 4 .....    | 88 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik.....                                        | 89 |
| 4.4.1 Uji Multikolinearitas .....                                 | 89 |
| 4.4.2 Uji Autokorelasi .....                                      | 90 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....                               | 90 |
| 4.4.4 Uji Normalitas .....                                        | 92 |
| 4.5 Uji Instrumen .....                                           | 94 |

|                                                    |            |
|----------------------------------------------------|------------|
| 4.5.1 Uji Validitas .....                          | 94         |
| 4.5.2 Uji Reliabilitas .....                       | 96         |
| 4.6 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....        | 97         |
| <b>BAB V                    SIMPULAN DAN SARAN</b> |            |
| 5.1 Kesimpulan .....                               | 101        |
| 5.2 Saran .....                                    | 103        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                         | <b>105</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                               |            |

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                 |    |
|------------|-----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel I    | Tipologi <i>Servicescape</i> .....                              | 28 |
| Tabel II   | Elemen-Elemen <i>Servicescape</i> .....                         | 30 |
| Tabel III  | Definisi Operasional Variabel.....                              | 53 |
| Tabel IV   | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....         | 64 |
| Tabel V    | Karakteristik Responden BerdasarkanUsia.....                    | 65 |
| Tabel VI   | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pengunjung.... | 66 |
| Tabel VII  | Karakteristik BerdasarkanPendapatan .....                       | 67 |
| Tabel VIII | Pernyataan RespondenTerhadap <i>Ambient Factor 1</i> .....      | 68 |
| Tabel VIX  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 2</i> .....     | 69 |
| Tabel X    | PernyataanResponden Terhadap <i>Ambient Factor 3</i> .....      | 70 |
| Tabel XI   | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 4</i> .....     | 71 |
| Tabel XII  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Ambient Factor 5</i> .....     | 72 |
| Tabel XIII | Pernyataan Responden Terhadap <i>Desain Factor 1</i> .....      | 73 |
| Tabel XIV  | Pernyataan Responden Terhadap <i>Desain Factor 2</i> .....      | 74 |
| Tabel XV   | Pernyataan RespondenTerhadap <i>Desain Factor 3</i> .....       | 75 |

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel XVI Pernyataan Responden Terhadap <i>Desain Factor 4</i> .....   | 76 |
| Tabel XVII Pernyataan Responden Terhadap <i>Desain Factor 5</i> .....  | 77 |
| Tabel XVII Pernyataan Responden Terhadap <i>Desain Factor 6</i> .....  | 78 |
| Tabel XIX Pernyataan Responden Terhadap <i>Desain Factor 7</i> .....   | 79 |
| Tabel XX Pernyataan Responden Terhadap <i>Desain Factor 8</i> .....    | 80 |
| Tabel XXI Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor 1</i> .....   | 81 |
| Tabel XXII Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor 2</i> .....  | 82 |
| Tabel XXIII Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor 3</i> ..... | 83 |
| Tabel XXIV Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor 4</i> .....  | 84 |
| Tabel XXV Pernyataan Responden Terhadap <i>Social Factor 5</i> .....   | 85 |
| Tabel XXVI Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 1.....      | 86 |
| Tabel XXVII Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 2 .....    | 87 |
| Tabel XXVIII Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 3 .....   | 88 |
| Tabel XXIX Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 4.....      | 89 |
| Tabel XXX Uji Multikolinearitas .....                                  | 90 |
| Tabel XXXI Uji Autokorelasi.....                                       | 90 |

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Tabel XXXII KMO and Bartlett's test..... | 94 |
| Tabel XXXIII Uji Validitas .....         | 95 |
| Tabel XXXIV Uji Reliabilitas .....       | 97 |
| Tabel XXXV Pengujian Hipotesis.....      | 98 |

## DAFTAR GAMBAR

|          |                                                |    |
|----------|------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 | Empat Komponen P Dalam Bauran Pemasaran.....   | 12 |
| Gambar 2 | Bauran Pemasaran Jasa .....                    | 28 |
| Gambar 3 | <i>Emerging View Of The Servicescape</i> ..... | 31 |
| Gambar 4 | Kepuasan Konsumen.....                         | 37 |
| Gambar5  | Bagan Kerangka Pemikiran.....                  | 45 |
| Gambar 6 | Hasil <i>Pretest</i> .....                     | 62 |
| Gambar 7 | <i>Scatterplot</i> .....                       | 91 |
| Gambar 8 | Histogram Normalitas .....                     | 93 |
| Gambar 9 | Normal <i>Probability Plot</i> .....           | 93 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| Lampiran1 Kuesioner Pretest.....    |  |
| Lampiran2 Hasil Pretest.....        |  |
| Lampiran 3 Kuesioner Responden..... |  |
| Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik .....  |  |
| Lampiran 5 Factor Analysis .....    |  |
| Lampiran 6 Factor Analysis.....     |  |
| Lampiran 7 Factor Analysis.....     |  |
| Lampiran 8 Factor Analysis.....     |  |
| Lampiran 9 Factor Analysis.....     |  |
| Lampiran 10 Factor Analysis.....    |  |
| Lampiran 11 Factor Analysis.....    |  |
| Lampiran 12 Factor Analysis.....    |  |
| Lampiran 13 Factor Analysis.....    |  |
| Lampiran 14 Factor Analysis.....    |  |
| Lampiran 15 Reliabilitas.....       |  |

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Lampiran 16 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 17 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 18 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 19 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 20 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 21 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 22 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 23 Reliabilitas.....    |  |
| Lampiran 25 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 26 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 27 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 28 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 29 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 30 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 31 Factor Analysis..... |  |
| Lampiran 32 Reliabilitas.....    |  |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Lampiran 33 Factor Analysis ..... |  |
| Lampiran 34 Reliabilitas .....    |  |
| Lampiran 35 Regresi .....         |  |
| Lampiran 36 Frekuensi .....       |  |