

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya agar terciptanya suatu loyalitas pelanggan yang berkelanjutan, salah satu bentuk pelayanan yang baik adalah dengan menyediakan *servicescape* yang baik kepada pelanggannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana *servicescape* dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Oleh karena itu penelitian ini di maksudkan untuk memperoleh gambaran *servicescape* pada bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung, gambaran kepuasan dan loyalitas pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung serta pengaruhnya *servicescape* dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh efek mediasi kepuasan pelanggan terhadap hubungan antara *servicescape* dengan loyalitas pelanggan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui pendekatan kausalitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan teknik analisis regresi dengan langkah – langkah yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1986). Sampel pada penelitian ini berjumlah 105 yang merupakan pelanggan bus Primajasa *executive* trayek Bekasi – Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* berada pada kategori baik dengan hasil sebesar 70,0% , kepuasan berada pada kategori sangat baik dengan hasil sebesar 81,4% dan loyalitas berada pada kategori baik dengan hasil sebesar 75,7%. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 36,3%. Selain itu, *servicescape* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 53,7 % , dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 28,8%, sedangkan secara simultan *servicescape* dan kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 55,1%. Hasil penelitian ini juga menemukan bukti bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara *servicescape* dengan loyalitas pelanggan. Namun, secara statistik variabel kepuasan pelanggan terbukti hanya memediasi sebagian.

Kata kunci : *Servicescape*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Efek Mediasi, Analisis Regresi

ABSTRACT

In the face of competition each company is required to provide the best service to its customers in order to create a customer loyalty that is a sustainable, one form of good service is to provide a good servicescape to its customers. The purpose of this study is to examine how the servicescape affects customer loyalty with satisfaction as an intervening variable. Therefore this research are intended to obtain a description of servicescape on executives Primajasa bus Bekasi - Bandung trayek, description of customer satisfaction and loyalty executives Primajasa bus Bekasi - Bandung trayek, and servicescape its influence on customer loyalty and satisfaction. In addition, this study also examines the effect of customer mediation of satisfaction the relationship between servicescape with customer loyalty.

Type of study is a descriptive study, using quantitative research methods through causality approach. The analysis technique used is descriptive analysis and regression analysis techniques with steps that was developed by Baron and Kenny (1986). The sample in this study amounted to 105 which is a bus customers Primajasa executive route Bekasi - Bandung.

The results showed that the servicescape is in the good category with a yield of 70.0%, the satisfaction is in the very good category with a yield of 81.4% and loyalty are in the good category with a yield of 75.7%. Regression analysis showed that the servicescape positive and significant effect on customer satisfaction with the contribution of the effect by 36.3%. In addition, the servicescape also has a positive and significant impact on customer loyalty by contributing effect of 53.7%, and customer satisfaction has a positive and significant impact on customer loyalty by contributing effect of 28.8%, while the servicescape and satisfaction simultaneously influence positive and significant impact on customer loyalty by contributing effect of 55.1%. The results of this study also found evidence that customer satisfaction mediates the relationship between servicescape with customer loyalty. However, customer satisfaction variables statistically proven only partially mediate.

Keywords: *Servicesacpe, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Mediating Effect, Regression Analysis*