

ABSTRAK

Servicescape yang terdapat pada Verde Resto and Lounge Bandung dari observasi awal yang di lakukan menunjukkan respon baik dari konsumen. Restoran selalu berupaya meningkatkan *servicescape* agar terjadinya minat beli ulang konsumen. Verde Resto and Lounge Bandung sadar akan pentingnya konsep untuk dapat menarik perhatian para konsumen, memenuhi permintaan dan harapan konsumen. Yang kemudian dapat mempengaruhi proses pembelian dan dapat menciptakan minat beli ulang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh *servicescape* terhadap minat beli ulang konsumen Verde Resto and Lounge Bandung.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Tipe penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, sampel diambil berdasarkan random sampling. Dimensi *servicescape* yang digunakan yaitu *ambient condiotion*, *spatial layout and functionality*, dan *signs, symbol, and artifact*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, didapatkan *servicescape* pada Verde Resto and Lounge Bandung secara keseluruhan ditunjukkan dengan nilai persentase skor total yaitu 76,5% mendapatkan penilaian baik di mata konsumen. Besarnya pengaruh *ambient condition* (X_1) terhadap minat beli ulang (Y) adalah 21,1%, besarnya pengaruh *spatial layout and functionality* (X_2) terhadap minat beli ulang (Y) adalah sebesar 10,0%, besarnya pengaruh *signs, symbols, and artifacts* (X_3) terhadap minat beli ulang (Y) adalah sebesar 9,0%.

Verde Resto and Lounge Bandung harus terus meningkatkan *servicescape* yang ada agar konsumen merasa puas dan tertarik untuk datang kembali.

Kata Kunci : *Servicescape*, Minat Beli Ulang, Restoran