

Pengaruh servicescape dalam membentuk word of mouth (studi pada restoran Marché cabang Plaza Senayan

Cindy Amylia Kusumawardhani

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=20288976&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh servicescape terhadap pembentukan Word of Mouth (WOM) oleh konsumen Restoran Marché Cabang Plaza Senayan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pengunjung Restoran Marché Cabang Plaza Senayan dengan menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan linear regression. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa servicescape memiliki pengaruh 26.5% dalam pembentukan WOM konsumen Restoran Marché Cabang Plaza Senayan, dan 73.5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.