ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya permasalahan terkait kebisingan, fasilitas, tata letak, dan petunjuk arah pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung. Permasalahan tersebut didasari dengan hasil pra survei dan wawancara yang menunjukkan bahwa *servicescape* Giggle Box yang terdiri dari *ambient condition, spatial layout & functionality,* dan *sign, symbol, and artifact* belum sepenuhnya mendapat tanggapan baik dari responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* yang terdiri dari *ambient condition, spatial layout & functionality,* dan *sign, symbol, and artifact* terhadap minat beli ulang konsumen Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi deskiptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian adalah wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *accidental sampling,* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang telah mengunjungi Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 20.0.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung berada pada kategori baik dan minat beli ulang konsumen berada pada kategori cukup baik. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan variabel *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung. Besarnya pengaruh servicescape terhadap minat beli ulang adalah sebesar 22,9% dan sisanya sebesar 77,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor kualitas pelayanan dan harga. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial sub variabel *ambient condition, spatial layout & functionality,* dan *sign, symbol, & artifact* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung

Kata Kunci : Servicescape, Minat Beli Ulang Konsumen, Giggle Box Café & Resto