

Submitted 21 Mei 2022

Accepted 30 Juni 2022

SERVICESCAPE DI THE CAKRA HOTEL

SERVICESCAPE AT THE CAKRA HOTEL

Dewa Kade Astawan Satia Awatarayana

Diploma III Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

dewakademusic@gmail.com

ABSTRAK

Indra perasa manusia dapat digunakan sebagai alat respon dan pemberi informasi mengenai ruangan ataupun lingkungan sekitar yang dirasakan oleh manusianya, kesan yang dirasakan konsumen akan mempengaruhi kualitas *Servicescape* pada hotel. Tujuan penelitian adalah mengetahui *servicescape* oleh pramusaji di The Cakra Hotel. Penelitian menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan kuisioner. Data dipaparkan dan disajikan secara deskriptif kuantitatif, penulis menggunakan teknik pengumpulan data kuisioner dengan metode perhitungan *rating scale*, kuisioner di berikan kepada 40 responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai interval kualitas *servicescape* di The Cakra Hotel sesuai data yang akan di peroleh, untuk memperoleh data *servicescape* di The Cakra Hotel menggunakan empat (4) indikator penilaian dan penulis menyebarkan kuisioner kepada setiap tamu yang menginap atau *day use*, data yang di peroleh dari keempat indikator penilaian mencapai 1961 dari 2400, maka dari itu jumlah nilai *servicescape* di The Cakra Hotel dapat di kategorikan "baik".

Kata kunci: Indra perasa, *Servicescape*, *rating scale*

ABSTRACT

The human senses can be used as a response tool and provide information about the room or the surrounding environment that is felt by humans, the impression felt by consumers will affect the quality of the servicescape at the hotel. The study used data collection methods by means of observation, interviews, documentation studies, and questionnaires. The data is presented and presented in a quantitative descriptive manner, the author uses a questionnaire data collection technique with the rating scale calculation method, the questionnaire was given to 40 respondents. The results showed the servicescape quality interval value at The Cakra Hotel according to the data to be obtained, to obtain servicescape data in The Cakra Hotel uses four (4) assessment indicators and the author distributes questionnaires to every guest who stays or day use, the data obtained

from the four assessment indicators reaches 1961 out of 2400, therefore the total servicescape value at The Cakra Hotel can be categorized " good".

Keywords: *sense of taste, servicescape, rating scale*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini dikalangan anak muda sangat gemar dengan swafoto. Kemanapun dan dimanapun sedang berada untuk mengabadikan momen salah satu caranya dengan swafoto. Selain untuk mengenang momen swafoto juga digunakan sebagai sarana untuk eksis di media sosial. Saat ini teknologi mempermudah pengguna untuk mengakses media sosial. Teknologi tersebut salah satunya adalah smartphone atau telepon pintar. Hotel merupakan tempat untuk menginap, makan minum dan tempat untuk berkumpul yang identik dengan keluarga atau pasangan. Bahkan hotel cenderung menjadi tempat untuk menenangkan diri dan berekreasi. Hotel menyajikan suasana yang bervariasi dan memiliki ciri khas tersendiri. Selain itu hotel memiliki tempat dengan konsep desain yang menarik sehingga menambah suasana nyaman untuk berkumpul.

Desain merupakan sebuah perancangan karya seni yang diterapkan di dalam bangunan atau diluar bangunan. Hotel mempunyai desain yang dibuat untuk menarik konsumen untuk datang berkunjung. Konsep desain diciptakan agar memunculkan suasana yang berbeda dan nyaman untuk konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009: 10) ketika persaingan semakin kuat, desain menawarkan satu cara potensial untuk mendiferensiasikan serta memposisikan produk dan jasa perusahaan. Dalam pasar yang semakin cepat ini, harga dan teknologi tidaklah cukup. Desain merupakan faktor yang sering memberi keunggulan kompetitif kepada perusahaan. Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain memiliki kontribusi yang cukup besar dalam sebuah produk. Hotel tidak hanya menyajikan tempat menginap, layanan makanan dan minuman, melainkan menjadi sebuah tempat yang memiliki atmosfer yang berbeda sehingga konsumen merasa nyaman. Konsep desain yang menarik dapat memberi kesan positif kepada konsumen, pada hal ini desain juga merupakan bagian dari servicescape. Definisi servicescape dijelaskan oleh Bitner (1992) sebagai lingkungan fisik yang didalamnya mencakup pelayanan pada suatu fasilitas interior ataupun fasilitas di eksteriornya. Pelayanannya tersebut

meliputi penilaian terhadap interior desain, desain exterior, simbol, tempat parkir, peralatan yang disediakan, denah layout, kualitas udara ataupun suhu udara yang ada pada Kata *servicescape* itu sendiri jarang digunakan di keseharian, namun kata ini sangat mudah dijelaskan dengan contoh kata seperti denah, kondisi lingkungan sekitar, temperature udara, kualitas udara, kebisingan, musik, gaya dekorasi dan lebih banyak lagi. Indra perasa manusia dapat digunakan sebagai alat respon dan pemberi informasi mengenai ruangan ataupun lingkungan sekitar yang dirasakan oleh manusianya. Kesan yang dirasakan konsumen akan mempengaruhi kualitas *Servicescape* pada hotel.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- Bagaimana *Servicescape* yang ada di The Cakra Hotel?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui : Untuk mengetahui *Servicescape* yang ada di The Cakra Hotel.

TINJAUAN PUSTAKA

Hotel

Hotel adalah “usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”. Sedangkan menurut kamus besar bahasa indonesia (2015) yang dimaksud dengan hotel adalah “bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap. Hotel merupakan tempat makan, minum,beristirahat bagi orang- orang yang sedang atau selesai dalam perjalanan”. Hotel juga merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial,disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum

Tangible & Intangible

Istilah *tangible* dan *intangible* dalam dunia pariwisata sudah tidak asing lagi. *tangible* dan *intangible* biasanya dipakai dalam istilah produk pariwisata. Gooddall (1996) mengatakan, produk pariwisata dimulai dari ketersediaan sumber yang berwujud (*tangible*) hingga tak berwujud (*intangible*) dan secara totalitas lebih condong kepada kategori jasa yang tak berwujud (*intangible*). H. Djaslim Saladin (2003) dalam pengertian secara luas, produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) yang didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan yang diberikan konsumen dan pengecer yang dapat diterima konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen. Jadi dalam kaitannya dengan penelitian ini yang dimaksud *tangible* adalah suatu bentukan yang nyata dari dampak pariwisata dan *intangible* adalah suatu bentukan tidak nyata dari dampak pariwisata.

Servicescape

Salah satu dari karakteristik jasa adalah *intangibility* yang artinya tidak berwujud. Disini dijelaskan bahwa jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibau sebelum jasa itu dibeli, artinya bahwa kesan pertama yang akan dirasakan oleh konsumen ketika datang untuk membeli jasa adalah bukti fisik yang ada di lingkungan tempat dimana jasa dihantarkan. Menurut Bitner (1992) dalam Mudie dan Pirrie (2006:84), *servicescape* memiliki dimensi kunci yang terdiri dari atau kondisi lingkungan (*ambient condition*), ruang dan fungsi (*space and functionality*), dan kegunaan tanda-tanda, simbol dan artefak (*the use of signs, symbol, and artifacts*). Kondisi lingkungan dapat mempengaruhi perasaan konsumen dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan perilaku konsumen yang sesuai dengan harapan produsen. Kondisi lingkungan terdiri dari pencahayaan (*lighting*), musik (*music*), warna (*colour*), suhu udara (*temperature*), dan wewangian/aroma (*scent*). Ruang dan fungsi meliputi pemasangan mebel dan peralatan ke dalam ruangan.

Model Servicescape

Bitner (1992) menyatakan bahwa *servicescape* adalah "*The way the physical setting is created in organic nations has barely been tapped as a tangible organizational resource*" artinya pengaturan lingkungan fisik diciptakan supaya mendukung layanan yang diberikan oleh suatu organisasi. Istilah *servicescape* mengacu kepada gaya dan penampilan dari lingkungan fisik dan juga mencakup unsur-unsur lain dari lingkungan jasa yang membentuk pengalaman pengguna jasa.

Dimensi Servicescape

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011 : 12) dimensi utama lingkungan jasa dalam model servicescape yaitu:

1. Dampak dari kondisi sekitar (*ambient condition*)

- 1) Suhu Udara
- 2) Pencahayaan
- 3) Musik
- 4) Aroma
- 5) Warna
- 6) Kebisingan

2. Tata letak ruang dan fungsinya

3. Tanda, simbol dan artefak

4. Manusia, tampilan dan perilaku personel layanan dan pelanggan

METODE PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Ruang lingkup penelitian dilakukan di *The Cakra Hotel* Kota Denpasar berlokasi di Jl. Bypass Ngurah Rai No.26a, Kesiman Kertalangu, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali 80237. Waktu penelitian ini diadakan pada bulan juli 2021 s/d agustus 2020

Jenis Data

1. Data Kualitatif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adapun jenis data yang digunakan adalah kualitatif. Menurut Pantiyasa (2013:68) data kualitatif merupakan data yang tidak berupa angka, melainkan data yang berupa keterangan. Jadi secara umum data kualitatif adalah suatu data yang tidak dapat diangkakan, tetapi berbentuk kalimat yang dalam kenyataan dan prakteknya. Seperti pada kasus ini data yang diperlukan

peneliti adalah data mengenai bagaimana keterangan nilai *servicescape* di The Cakra Hotel sesuai dengan angka yang di peroleh

2. Data Kuantitatif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adapun jenis data yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Pantiyasa (2013:68) data kuantitatif merupakan data yang berupa angka. Jadi secara umum data kuantitatif adalah suatu data yang dapat diangkakan atau didasarkan pada kesatuan jumlah yang dapat dihitung dan yang dapat diukur, contoh : quisioner di berikan kepada pengunjung dengan nilai 1-4 untuk menilai *servicescape* di The Cakra Hotel

Sumber Data

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh atau diambil langsung dari sumbernya yakni berdasarkan hasil pertanyaan dengan pengunjung di The Cakra Hotel. Contoh : hasil dari observasi dan wawancara tamu mengenai *servicescape* di The Cakra Hotel. Menurut Moleong (2014:157) data primer adalah data yang dihasilkan dari hasil wawancara dan pengamatan secara mendalam kepada informannya langsung. Dalam hal ini, peneliti membuat table dimana berisikan informasi mengenai *Servicescape* apakah setiap poin yang ada sudah terlaksana dengan baik atau tidak.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung menyediakan data untuk peneliti, contoh : jumlah pengunjung di The Cakra Hotel. Menurut Moleong (2014:157) data skunder dalah sumber data yang tidak langsung namun dapat memberikan data tambahan yang mendukung data primer. Jadi peneliti mendapatkan data dari pihak hotel mengenai daftar masalah yang terjadi pada *Servicescape* di The Cakra Hotel, yang nantinya diolah untuk menjawab rumusan masalah.

Populasi Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang berkunjung pada The Cakra Hotel di Denpasar yang pernah menginap ataupun *day cation*. Mengingat tamu dari The Cakra Hotel masuk dan keluar area hotel, sehingga peneliti tidak dapat memprediksi jumlah Populasi dalam penelitian ini

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposif sampling, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019 : 146). Dalam penelitian ini karakteristik khusus yang dapat dijadikan responden adalah tamu dari pengunjung The Cakra Hotel yang mengunjungi hotel. Mengingat jumlah tamu The Cakra Hotel belum diketahui berapa banyak jumlahnya, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair. Menurut Hair, et al (2014), minimum sampel untuk tamu harus 10 (sepuluh) kali dari indikator pada model penelitian. Jumlah indikator pada model penelitian ini adalah 4 (empat) indikator \times 10 sehingga jumlah sampel yang diperlukan adalah 40 sampel

Teknik Pengumpulan Data

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah quisioner yang berisi beberapa pertanyaan terhadap masalah penelitian , selain itu terdapat juga pedoman observasi , wawancara dan dokumentasi sebagai tindak lanjut agar hasil penelitian lebih akurat

Observasi

Menurut Pantiyasa (2013:78) Observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang keadaan atau fenomena sosial dan gejala psikis dengan sengaja mengamati dan mencatat. Observasi partisipatif dimana peneliti bertindak langsung sebagai salah satu pekerja di The Cakra Hotel sebagai *trainee* dalam departemen *food & beverage service*. Berdasarkan definisi tersebut dalam penelitian ini penulis akan mengamati secara langsung Keempat indictor yang ada di The Cakra Hotel.

Wawancara

Menurut Pantiyasa (2013:79) wawancara atau *interview* merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara lisan oleh

peneliti dengan cara mengadakan tanya jawab dengan responden. Metode ini dilakukan peneliti untuk mengetahui informasi yang ada di The Cakra Hotel yang dilakukan antara peneliti dengan leader dan staff *F&B Service* dengan tujuan memperoleh data yang dapat memaparkan struktur organisasi hotel, sejarah dan, fasilitas yang ada di The Cakra Hotel

Dokumentasi

Menurut Pantiyasa (2013:85) dokumentasi (pencatatan dokumen) adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pencatatan data melalui dokumen-dokumen yang relevan dalam penelitian ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini peneliti memaparkan hasil penelitian berupa hasil quisioner *servicescape* di The Cakra Hotel, yang di dapatkan dengan memberikan pertanyaan pada objek penelitian. Adapun poin bahasan Bab ini dibagi menjadi sebagai berikut:

a. Pemaparan data *servicescape* di The Cakra Hotel.

Disini peneliti akan memaparkan tentang *Servicescape* di The Cakra Hotel, yang di dapat dengan melakukan metode *rating scale*.

b. Analisi data.

Pada poin ini peneliti membahas mengenai *servicescape* dengan data yang didapat yaitu berupa angka kemudian di deskripsikan dengan kata sesuai dengan data yang di dapat. Menurut Sugiono (2011:174) *Rating Scale* adalah data yang hasilnya berupa angka kemudian dapat di deskripsikan sesuai hasil angka yang di dapatkan, responden akan menjawab kurang, cukup, baik, dan sangat baik untuk quisioner yang di berikan oleh penulis, jumlah pertanyaan di kali skor tertinggi jawaban di kali jumlah sampel (4x15x40) Berikut ini table quisioner yang akan penulis gunakan,

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan Teknik deskriptif kuantitatif yaitu peneliti berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data dan menafsirkan data, menjelaskan pola atau katagori, menghasilkan data angka dengan memaparkan dalam

bentuk keterangan kata- kata secara sistematis. Dalam hal ini peneliti mendeskripsikan hasil penelitian dengan memberikan quisioner terhadap tamu di The Cakra Hotel kemudian menurut Sugiono (2011:174) data diolah menggunakan perhitungan *rating scale* untuk mendapatkan data yang bisa di deskripsikan.

Karakteristik Data Responden

Data identitas responden mencakup distribusi menurut jenis kelamin, usia, dan kebsngsaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka identitas responden dapat diuraikan sebagai berikut:

Table 4.1 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin (Sumber ; Penulis, 2021)

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki -Laki	26	65%
Perempuan	14	35%
Jumlah	40	100%

Berdasarkan table 4.1 diketahui responden dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 26 orang (65%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang (35%). Hal ini menunjukkan bahwa responden Laki-laki merupakan responden yang lebih sering ditemui oleh peneliti dan menjadi paling dominan dalam penelitian ini.

Table 4.2 Identitas responden berdasarkan usia (Sumber ; Penulis, 2021)

Usia	Frekuensi	Persentase
<21	6	15%
21-25	15	37,5%

25-30	11	27,5%
30>	8	20%
Jumlah	40	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 21-25 tahun sebanyak 15 orang (37,5%) kemudian usia <21 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase (15%), usia 25-30 tahun sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar (27,5%), dan usia >30 tahun sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 20%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung The Cakra Hotel yang ditemui peneliti memiliki rentang usia muda dibawah 25 tahun. Hal ini dikarenakan sosial media lebih akrab atau lebih disukai oleh usia muda karena mereka setiap harinya menggunakan sosial media untuk berkomunikasi, mencari informasi dan mengabadikan momen.

Table 4.3 Identitas responden berdasarkan kebangsaan (Sumber ; Penulis, 2021)

Kebangsaan	Frekuensi	Persentase
Indonesia	40	100%
Jumlah	40	100%

Pembahasan Data Wawancara

Wawancara ini akan menjawab seluruh atribut hotel yang ada di The Cakra Hotel, Wawancara ini dilakukan kepada *Human Resource Department* di The Cakra Hotel. Pertanyaan yang berdasarkan pedoman wawancara yang sebelumnya sudah penulis buat

Pembahasan Data Quisioner

Quisioner di berikan kepada empat puluh (40) sampel, dimana empat puluh sampel merupakan sampel acak dari populasi tamu di The Cakra Hotel Quisioner yang dilakukan berpedoman terhadap kisi-kisi quisioner yang sebelumnya sudah penulis buat, tentang servicescape di The Cakra Hotel berikut tabel 4.1 data hasil quisioner yang sudah dibuat.

Tabel 4.5 Data Hasil *Ambient Conditions* di The Cakra Hotel (Sumber ; Penulis, 2021)

No	Ambient Conditions(kondisi sekitar)	Jumlah
1.	Suhu Udara The Cakra Hotel	137
2.	Pencahayaan The Cakra Hotel	137
3.	Kebisingan Lingkungan The Cakra Hotel	123
4.	Aroma The Cakra Hotel (restaurant)	130
5.	Musik The Cakra Hotel (restaurant)	134
Jml		661

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui mayoritas responden dalam penelitian ini semua berkebangsaan Indonesia,karena bandara internasional ngurah rai belum beroperasi di musim pandemi *covid-19* , penulis hanya bertemu dengan tamu local.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian penelitian yang dilakukan penulis di The Cakra Hotel, melalui quisioner dengan metode rating scale dari empat indikator yang penulis gunakan,menurut Menurut Hair, et al (2014), minimum sampel untuk tamu harus 10 (sepuluh) kali dari indikator pada model penelitian. Jumlah indikator pada model penelitian ini adalah 4 (empat) indikator x 10 sehingga jumlah sampel yang diperlukan adalah 40 sampel

Pembahasan Data Observasi

Sebelum penulis melaksanakan kegiatan penelitian, penulis terlebih dahulu melakukan pengamatan secara langsung lingkungan area hotel (seperti bagaian restaurant, lokasi block kamar, kantin , dll) dan fasilitas

hotel, sesuai dengan keempat Indikator penilaian *servicescape* yang penulis paparkan.

Berdasarkan dari tabel *Ambient Condition* (kondisi sekitar), data yang di peroleh berjumlah 661 dari 800, sehingga jumlah nilai interval *ambient condition* (kondisi sekitar) di The Cakra Hotel dapat di kategorikan antara “baik dan sangat baik.



Tabel 4.6 Data Hasil Spatial Layout and Functionality di The Cakra Hotel
 (Sumber ; Penulis, 2021)

No	Spatial Layout and Functionality(Ruang,	Jumlah
1	Lahan Parkir The Cakra Hotel	116
2	Peralatan dan Fasilitas The Cakra Hotel	133
3	Tata letak peralatan dan fasilitas The Cakra	123
4	Tata Letak Tanaman dan taman The Cakra Hotel	129
Jml		501

Berdasarkan dari tabel *Spatial Layout and Functionality*(Ruang, Denah dan Fungsinya), data yang di peroleh berjumlah 501 dari 640, sehingga jumlah nilai interval *Ambient Spatial Layout and Functionality*(Ruang, Denah dan Fungsinya) di The Cakra Hotel dapat di kategorikan “baik”.



Tabel 4.7 Data Hasil *Signs, Symbols and Artifacts* di The Cakra Hotel
 (Sumber ; Penulis, 2021)

No	Signs, Symbols and Artifacts(Petunjuk,	Jumlah

Simbol dan benda Artifak)		
1.	Tanda & Simbol The Cakra Hotel	121
2.	Aksesoris Interior The Cakra Hotel (hiasan dinding,patung,lukisan,dan lainnya)	131
3.	Desain Interior kamar The Cakra Hotel	133
Jml		385

Berdasarkan dari tabel *Signs, Symbols and Artifacts*(Petunjuk, Simbol dan benda Artifak), data yang di peroleh berjumlah 385 dari 480,sehingga jumlah nilai interval *Signs, Symbols and Artifacts*(Petunjuk, Simbol dan benda Artifak)di The Cakra Hotel dapat di kategorikan “baik”.



Tabel 4.8 Data Hasil Manusia, tampilan dan perilaku di The Cakra Hotel
 (Sumber ; Penulis, 2021)

No	Manusia, tampilan dan perilaku	Jumlah
1.	Keramahan Karyawan The Cakra Hotel	132
2.	Kerapihan Karyawan The Cakra Hotel	126
3.	Respon Karyawan The Cakra Hotel	131

Jml		389
------------	--	-----

Berdasarkan dari tabel Manusia, tampilan dan perilaku, data yang di peroleh berjumlah 389 dari 480, sehingga jumlah nilai interval Manusia, tampilan dan perilaku di The Cakra Hotel dapat di

Tabel 4.9 Data Hasil Quisioner Servicescape Di TheCakra Hotel (Sumber ; Penulis, 2021)

No. Responden	Jawaban Responden Untuk Item nomor :															Jml
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1.	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	50	
2.	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	51	
3.	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	35	
4.	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	49	
5.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
6.	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	49	
7.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46	
8.	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	52	
9.	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	52	
10.	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	49	
11.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
12.	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	49	
13.	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	38	
14.	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
15.	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46	
16.	4	4	3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	38	
17.	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	52	
18.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
19.	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	50	
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
21.	2	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	40	
22.	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	
23.	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	51	
24.	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	53	
25.	3	2	3	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	49	
26.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	58	
27.	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	
28.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	
29.	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	38	
30.	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	39	
31.	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	53	
32.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	57	
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	58	
34.	2	3	4	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	40	
35.	4	3	4	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	2	43	
36.	4	3	3	2	3	2	3	2	2	1	4	3	4	3	42	
37.	4	4	3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	38	
38.	4	4	3	3	2	1	2	2	2	1	2	2	3	3	37	
39.	3	3	4	2	2	1	4	1	2	4	3	3	2	3	40	
40.	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	51	
Jml																1936

Berdasarkan keseluruhan data yang di peroleh menurut bitner (1992) dan Lovelock dan Wirtz (2011 : 12) yaitu *Ambient Conditions*(kondisi sekitar), *Spatial Layout and Functionality*(Ruang, Denah dan Fungsinya), *Signs, Symbols and Artifacts*(Petunjuk, Simbol dan benda Artifak),dan

Manusia, tampilan dan perilaku, maka dari keseluruhan indikator tersebut data dapat diolah dan hasil data sudah bisa di kategorikan sebagai *servicescape* di The Cakra Hotel. Penulis menggunakan teknik pengambilan data quisioner dengan menggunakan metode perhitungan *rating scale* menurut Sugiono (2011:174), sehingga skor tertinggi quisioner yaitu empat (4) di kali empat puluh (40) jumlah responden di kali lima belas (15) jumlah pertanyaan, jadi total keseluruhan skor menjadi dua ribu empat ratus (2400). Kemudian penulis menjumlahkan data jumlah yang di dapat dari responden, jadi jumlah yang di peroleh adalah 1936 dari 2400, sehingga nilai interval yang di dapat dari *Servicescape* di The Cakra Hotel dapat di kategorikan "baik"



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibuat penulis mengenai "*Servicescape* di The Cakra Hotel" ada empat (4) indikator penilaian menurut bitner (1992) dan Menurut Lovelock dan Wirtz (2011 : 12) yaitu *Ambient Condition* (kondisi sekitar), *Spatial Layout and Fungtionality* (ruang,denah,dan fungsinya), *Sign, Symbols and Artifacts* (tanda,symbol dan benda artifak), dan Manusia, Tampilan, dan Perilaku. Dari quisioner yang di berikan kepada 40 responden terdiri dari dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 26 orang (65%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang (35%), sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 21-25 tahun sebanyak 15 orang (37,5%) kemudian usia <21 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase (15%), usia 25- 30 tahun sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar (27,5%), dan usia >30 tahun sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 20%, mayoritas responden dalam penelitian ini semua berkebangsaan Indonesia ,nilai yang diperoleh dari keempat indikator *Servicescape* di The Cakra Hotel memperoleh nilai 1936 dari angka tertinggi yaitu 2400, kemudian angka tertinggi di intervakan menjadi empat jenis yaitu kurang,cukup,baik, dan sangat baik, sehingga *Servicescape* di The Cakra Hotel dapat dikategorikan "baik".

Saran

Diharapkan The Cakra Hotel meningkatkan *Servicescape* menurut Bitner (1992) dan Menurut Lovelock dan Wirtz (2011 : 12) , dengan

melakukan perbaikan terhadap tiga indikator dari empat indikator penilaian yang telah disajikan yaitu;

1. Tata letak ruang dan fungsinya, merupakan rancangan lantai, ukuran, dan bentuk perabotan, meja konter, mesin, serta peralatan potensial dan bagaimana semua ini disusun. Tata letak yang menarik dan efektif dapat memfasilitasi pemenuhan kebutuhan hedonis atau kesenangan konsumen. Tata letak juga berhubungan dengan bentuk dan ukuran dari benda benda tersebut.
2. Tanda, simbol dan artefak, penyedia jasa menggunakan tanda-tanda, simbol dan artifak untuk memandu konsumen dalam proses pelayanan. Tanda dan simbol dikomunikasikan secara eksplisit dimana dapat mengkomunikasikan kepada konsumen tentang bagaimana berperilaku dan menunjukkan suatu informasi maupun arahan kemana konsumen harus pergi. Tanda, simbol dan artifak berfungsi untuk mengkomunikasikan pesan simbolik atau implisit untuk menciptakan kesan estetika secara keseluruhan.
3. Manusia, tampilan dan perilaku personel layanan dan pelanggan dapat memperkuat atau mengurangi kesan yang diciptakan oleh suatu lingkungan layanan. Penampilan dari karyawan dapat memperkuat atau mengurangi kesan yang diciptakan oleh lingkungan jasa. Perusahaan jasa dapat merekrut karyawan untuk mengisi peran-peran tertentu, memberikan mereka kostum dalam seragam yang konsisten dengan *servicescape* dimana mereka akan bekerja.

Dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar memperluas cakupan penelitian dalam bidang *Servicescape* agar kedepannya bisa menambah bahan referensi untuk penelitian yang lainnya. Serta bagi perusahaan agar lebih meningkatkan *Servicescape* di The Cakra Hotel, agar lebih optimal lagi, serta tetap mempertahankan dengan baik *servicescape* yang sudah mendapat nilai yang di kategorikan bagus.

DAFTAR PUSTAKA

- Baloglu, Seyhmus. 2002. Dimensions of Loyalty – Separating Friends From Well Wishers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 2002, pp.47-59.
- Bitner 1992; Wakefield dan Blodgett 1999; Han dan Ryu 2009; Alsaqre et al. 2010; Lovelock dan Wirtz 2011

Bitner, M. (1992). Servicescape: the impact of physical surroundings on customer and employess. *Journal of marketing*.

Hair, Joe F, Marko Sarstedt, Lucas Hopkins, and Volker G Kuppelwieser. 2014. "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research." *European Business Review* 26(2): 106–21.

Informasi Hotel Graha Prima Pacitan Lia', 6(3), pp. 26–31. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Diunggah pada 14 Februari 2016 di Malang dari wikipedia.com

Kotler, P. & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 13 Terjemahan Bob Sabran. MM. Penerbit Erlangga. Jakarta

Lean W and B. Goodall. 1996. *Aspect of Land Economics*. Bath: Ptmann Press.

Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing People, Technology, Strategy*. 7th edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Hall.

Moleong. 2014. *Meodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Pantiyasa, I Wayan. 2013. *Metodologi Penelitian*. Denpasar: Sekolah Tinggi Pehotelan Bali International

Pantiyasa, I Wayan. 2015. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Diploma III Perhotelan*. Denpasar: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional.

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor53/HM.001/MPEK/2013tentang Standar Usaha Hotel. Riyadi, Joko. 2008. *Gerbang Pemasaran*. Jakarta : Gramedia.