

**STUDI DESKRIPTIF *SERVICESCAPE*
PADA HOTEL TUGU MALANG MENURUT PERSEPSI WISATAWAN
DOMESTIK**

Amanda Nathania
Peminatan Manajemen Layanan dan Pariwisata
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Surabaya
Email : monikamanda88@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan persepsi wisatawan domestik terhadap *servicescape* pada Hotel Tugu Malang yang diukur melalui 3 dimensi yaitu *Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality, Signs, Symbols, and Artifacts*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, dan sumber data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder melalui media internet. Penelitian ini menggunakan karakteristik populasi yaitu wisatawan domestik yang pernah menginap di hotel Tugu Malang dalam satu tahun terakhir.

Metode pengolahan data yang digunakan adalah mean, deviasi standar, diagram batang dan tabulasi silang yang dilakukan dengan bantuan *SPSS for Windows 16.00*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Servicescape* yang dimiliki oleh Hotel Tugu Malang dinilai baik oleh wisatawan domestik karena nilai *mean* terhadap keseluruhan *servicescape* pada hotel ini adalah sebesar 3,67 yang diperoleh dari rata-rata nilai mean dimensi *ambient conditions* sebesar 3,62, dimensi *spatial layout and functionality* sebesar 3,67, dan dimensi *signs, symbols, and artifacts* sebesar 3,71.

Kata Kunci : Jasa, Persepsi, *Servicescape*

ABSTRACT

This research aims to discover and describe the domestic perception of the servicescape at Hotel Tugu Malang as measured through three dimensions, namely Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality, Signs, Symbols and Artifacts. This research uses descriptive research types and data sources used are primary data through questionnaires and secondary data dissemination over internet. This research uses the characteristics of the population of the domestic tourists who had stayed at the Hotel Tugu Malang in the last year.

Data processing method used was the mean, standard deviation, bar chart and cross tabulation were performed with the help of SPSS for windows 16.00. Sampling technique used is a non probability sampling with the kind of convenience sampling and the number of samples used are 100 respondents. The results of this research indicate that the servicescape, owned by the Hotel Tugu Malang assessed both by domestic tourists due to the overall mean value of servicescape at this hotel was 3,67 obtained from the average ambient conditions dimensions amounted to 3,62, spatial layout and functionality dimensions are 3,67 and Signs, Symbols, and Artifacts dimensions are 3,71.

Keywords : Service, Perception, Servicescape

Pendahuluan

Perkembangan wisatawan nusantara (wisnus) di Indonesia berdasarkan data BPS pada tahun mengalami kenaikan sebesar 3,41. Kontribusi terbesar perjalanan wisnusantara lain Jawa Timur sebesar 10.495.884 perjalanan, Jawa Tengah (8.116.849 perjalanan), Jawa Barat (7.967.724 perjalanan), DKI Jakarta (3.306.898 perjalanan), Sumatera Utara (2.374.172 perjalanan), Bali (2.182.706 perjalanan), dan Banten (2.148.050 perjalanan).

Kota Malang merupakan salah satu kota yang bersih dan sejuk di Jawa Timur yang telah terkenal sejak lama dan tetap merupakan salah satu kota yang paling indah di Indonesia. Minat kunjungan wisatawan ke Malang tinggi karena wisatawan tertarik berkunjung ke sejumlah tempat wisata di Malang karena selain biaya yang relatif murah, wisatawan dapat sekaligus bernostalgia terutama turis Belanda. Mereka

menjelajahi kawasan berarsitektur kolonial di Ijen dan kawasan pantai di Malang Selatan. Untuk mendukung minat wisatawan terhadap peninggalan bersejarah maka didirikanlah Hotel Tugu Malang yang kaya dengan nuansa tradisional yang tidak akan ditemui di hotel-hotel lainnya. Setiap sudut ruangan dihiasi ornament unik yang membangun kesan *boutique hotel*. Berbagai kolektor artefak budaya bisa ditemukan di berbagai sudut dan pajangan Hotel Tugu Malang. Hotel Tugu Malang telah menerima penghargaan-penghargaan, di antaranya sebagai salah satu hotel yang telah terdaftar di majalah Tatler London pada tahun 2012 sebagai salah satu dari 101 HOTEL TERBAIK DI DUNIA, rating bintang 5 telah diberikan ke Hotel Tugu Malang tidak hanya untuk arsitektur, konsep yang unik dan desain, tetapi juga untuk tim staf yang memberikan pelayanan terbaik.

Servicescape Hotel Tugu Malang terlihat pada desain bangunan, tema, dan berbagai perabot peninggalan zaman Belanda yang terdapat di galeri, kamar, maupun berbagai ruangan dan restoran di Hotel Tugu. Berdasarkan survei awal dapat diketahui bahwa rata-rata total dari responden yang memberi jawaban “ya” terhadap dimensi *servicescape* hotel Tugu Malang sebesar 83,38 %, sedangkan yang menjawab “tidak” sebesar 16,62 %, sehingga Hotel Tugu Malang dipersepsikan memiliki *servicescape* yang cukup baik bagi wisatawan.

Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat dirumuskan untuk penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran *servicescape* pada Hotel Tugu Malang berdasarkan persepsi wisatawan domestik?”

Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif murni yaitu penelitian untuk mendapatkan gambaran mengenai *Servicescape* pada Hotel Tugu Malang. *Servicescape* disini akan diteliti dengan

dimensi – dimensi, yaitu : (a) *Ambient condition*, (b) *Spatial Layout and Functionality* dan (c) *Sign, Symbols, and Artifacts*

Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini melalui data primer yaitu penyebaran kuesioner dan data sekunder melalui media internet.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. *Ambient Conditions*

Ambient Condition merupakan persepsi wisatawan yang pernah menginap di Hotel Tugu Malang terhadap faktor lingkungan yang dapat membentuk persepsi wisatawan, meliputi kelima indera manusia yaitu : (a) kesejukan suhu ruangan di Hotel Tugu Malang (b) pencahayaan di Hotel Tugu Malang (c) suasana yang tenang di Hotel Tugu Malang (d) alunan musik yang sesuai tema Hotel Tugu Malang (e) aroma ruangan di Hotel Tugu Malang yang menyegarkan atau menyejukkan.

2. *Spatial Layout and Functionality*

Spatial Layout merupakan persepsi wisatawan yang pernah menginap di Hotel Tugu Malang terhadap faktor fasilitas dan penataan di Hotel Tugu Malang, seperti restoran, lobby yang disusun pada tempat, ukuran, dan bagaimana hubungan diantaranya saling mendukung. *Functionality* merupakan persepsi wisatawan yang pernah menginap di Hotel Tugu Malang terhadap kemampuan fasilitas – fasilitas yang ada di Hotel Tugu Malang untuk memfasilitasi kinerja dan pencapaian tujuan. *Spatial Layout and Functionality* di Hotel Tugu Malang dapat diukur melalui : (a) letak restoran yang mudah ditemukan di dalam Hotel Tugu Malang, (b) kesesuaian pemilihan perabot meja dan kursi restoran di Hotel Tugu Malang, (c) kesesuaian perabot dan luas restoran di Hotel Tugu Malang, (d) ruangan kamar di Hotel Tugu Malang berkesan luas, (e) fasilitas di toilet Hotel Tugu Malang berfungsi dengan baik.

3. Signs, Symbols and Artifacts

Signs, Symbols and Artifacts merupakan persepsi wisatawan yang pernah menginap di Hotel Tugu Malang terhadap atribut – atribut yang selalu mengingatkan wisatawan sebagai ciri khas Hotel Tugu Malang. *Signs* merupakan persepsi wisatawan terhadap petunjuk yang mengarahkan wisatawan untuk citra penyedia jasa yang diukur melalui : (a) kejelasan papan nama Hotel Tugu Malang, (b) ketepatan penempatan papan larangan merokok di Hotel Tugu Malang, (c) kejelasan informasi petunjuk arah dan nomor kamar di Hotel Tugu Malang, (d) kemenarikan desain papan petunjuk di Hotel Tugu Malang. *Symbols* merupakan persepsi wisatawan terhadap tanda yang dapat mengkomunikasikan kepada wisatawan tentang makna dan norma – norma yang berlaku di suatu tempat. Di Hotel Tugu Malang, symbols dapat diukur melalui : (a) kejelasan simbol toilet pria dan wanita di Hotel Tugu Malang. *Artifacts* merupakan persepsi wisatawan terhadap komponen – komponen yang mempermudah pengenalan publik dan persepsi di mata wisatawan yang dapat diukur melalui : (a) kesesuaian desain bangunan dengan tema Hotel Tugu Malang, (b) kesesuaian dekorasi kamar dengan tema hotel Tugu Malang, (c) kesesuaian lukisan dan perabot di galeri Hotel Tugu Malang.

Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, karena sudah ada kerangka sampel dengan syarat bahwa sampel yang diteliti memenuhi syarat populasi yang telah ditetapkan sebagai pembatasnya. Pembagian kuesioner akan dilakukan melalui 2 tahap. Tahap pertama adalah pembagian kuesioner dengan tujuan untuk mendapatkan 30 tanggapan responden yang akan diuji validitas terlebih dahulu, apabila pengujian dinyatakan *valid* maka akan dilanjutkan penyebaran hingga 100 kuesioner.

Aras dan Skala Pengukuran

Kuesioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup (*close ended question*) yaitu jawaban responden dibatasi dengan tersedianya alternatif jawaban. Aras interval yang digunakan berdasarkan skala numerical scale, yaitu skala yang meminta responden untuk memberi penilaian dalam 5 skala jenjang.

Metode Pengolahan Data

1. Uji Validitas

Suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006), Menurut Sekaran (2000:207), Cara yang digunakan untuk mengukur validitas adalah dengan menggunakan konsistensi internal (*internal consistency*) yaitu dengan metode Pearson Product Moment yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS 16 for windows*. Jika hasil korelasi yang diperoleh antara masing – masing pernyataan dengan skor hasil total dari uji validitas tersebut menunjukkan hasil yang signifikan apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ dan korelasi $> 0,4$ maka pernyataan tersebut bisa dikatakan *valid*.

2. Uji Reliabilitas

Merupakan ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah (Harrison, dalam Zulganef, 2006). Menurut Sekaran (2008 : 308), reliabilitas adalah kemampuan suatu instrument menunjukkan kestabilan dan kekonsistensian di dalam mengatur konsep. Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji

Alpha Cronbach, jika koefisien Cronbach alpha bernilai 0,6 atau lebih maka instrumen itu dapat diterima.

3. Mean (rata – rata)

Digunakan untuk mengetahui rata – rata persepsi tanggapan responden untuk *servicescape* di Hotel Tugu Malang.

4. Standard deviation (simpangan baku)

Digunakan untuk mengetahui penyimpangan tiap data terhadap rata – rata dari dimensi *servicescape* yang digunakan untuk memberikan gambaran terhadap variasi nilai – nilai data penelitian.

5. Diagram Batang

Data-data yang diolah didapatkan dari kumpulan lembar kuesioner dan diolah dengan menggunakan grafik frekuensi bar chart sehingga temuan penelitian mudah diidentifikasi dan memperjelas proporsi jawaban responden untuk setiap pertanyaan kuesioner penelitian.

6. Tabulasi Silang

Merupakan tabel yang menunjukkan hubungan antara dua atau lebih klasifikasi data misalnya hubungan antara demografi responden (jenis kelamin, usia, dan frekuensi kunjungan) dengan karakteristik wisatawan.

Deskripsi Hasil Penelitian *servicescape* pada Hotel Tugu Malang

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Ambient Conditions*

No	Pernyataan	Mean	SD
<i>Ambient Conditions</i>			
1	Suhu ruangan di Hotel Tugu Malang sejuk	3,77	0,790
2	Pencahayaan di Hotel Tugu Malang cukup memadai	3,55	1,038
3	Suasana di Hotel Tugu Malang tenang	3,68	0,886
4	Alunan musik di Hotel Tugu Malang sesuai dengan tema hotel	3,51	0,870
5	Aroma ruangan (indoor atau outdoor) di Hotel Tugu Malang menyegarkan atau menyejukkan	3,63	0,917
Rata – rata		3,62	0,902

Suhu ruangan di Hotel Tugu Malang sejuk memiliki mean tertinggi yaitu sebesar 3,77 dengan deviasi standar sebesar 0,790. Responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator tersebut, bahwa suhu ruangan di dalam Hotel Tugu Malang cukup sejuk. Mean terendah sebesar 3,51 dengan deviasi standar sebesar 0,870 yang dimiliki oleh indikator ke empat yaitu kesesuaian alunan musik di Hotel Tugu Malang dengan tema, berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa alunan musik di Hotel Tugu Malang dirasa kurang sesuai dengan tema hotel.

Mean tertinggi pada tabel dibawah sebesar 3,77 yang terdapat pada indikator kelima dengan deviasi standar sebesar 0,839. Hal ini dapat diartikan bahwa responden yang pernah menginap di Hotel Tugu Malang setuju bahwa fasilitas air panas di toilet kamar dapat berfungsi dengan baik. Indikator terendah dengan *mean* 3,59 dan deviasi standar 0,877 adalah pendapat responden mengenai letak restoran yang mudah

ditemukan, sehingga dapat diartikan letak restoran kurang strategis sehingga agak tidak mudah untuk ditemukan.

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Spatial Layout and Functionality*

No	Pernyataan	Mean	SD
<i>Spatial Layout and Functionality</i>			
1	Letak restoran bagi pengunjung Hotel Tugu Malang mudah ditemukan	3,59	0,877
2	Pemilihan perabot meja majkan dan kursi di restoran sudah tepat	3,74	0,895
3	Penggunaan perabot di restoran Hotel Tugu Malang sesuai dengan luas restoran	3,64	0,927
4	Ruangan kamar di Hotel Tugu Malang berkesan luas	3,65	0,936
5	Toilet dalam kamar dengan fasilitas air panas dapat berfungsi dengan baik	3,77	0,839
Rata – rata		3,67	0,894

Mean tertinggi dari tabel dibawah dengan jumlah 3,91 dan standar deviasi 0,877 terdapat pada elemen ke delapan yaitu, kesesuaian tema dengan lukisan dan perabot yang terdapat di galeri Hotel Tugu Malang, karena menurut responden berbagai lukisan dan perabot yang ada di Hotel Tugu bermacam – macam dan sangat mencerminkan tema hotel Tugu yaitu The art, soul, and romance of Indonesia, sedangkan *mean* terendah terdapat pada elemen pertama tentang kejelasan papan nama Hotel Tugu dengan jumlah 3,43 dan standar deviasi 0,782. Responden dengan ini mengungkapkan bahwa papan nama yang ada di Hotel Tugu kurang jelas.

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*

No	Pernyataan	Mean	SD
<i>Signs, Symbols, and Artifacts</i>			
1	Papan nama Hotel Tugu Malang cukup jelas	3,43	0,782
2	Penempatan papan larangan merokok di restoran sudah tepat	3,69	0,873
3	Informasi papan petunjuk tentang nomor dan arah kamar sudah jelas	3,75	0,936
4	Desain papan petunjuk di lobby cukup menarik	3,55	0,925
5	Simbol toilet untuk pria dan wanita di Hotel Tugu cukup jelas	3,69	0,813
6	Desain Bangunan Hotel Tugu Malang sesuai dengan tema	3,83	0,766
7	Dekorasi kamar sesuai dengan tema	3,85	0,880
8	Lukisan dan perabot di galeri hotel sesuai dengan tema	3,91	0,877
Rata – rata		3,71	0,856

Tabulasi Silang Karakteristik Responden Terhadap Responden

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* Menurut Usia Responden

Usia	<i>Ambient Conditions</i>	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	<i>Signs, Symbol, and Artifacts</i>
21-30 tahun	3,486	3,468	3,488
31-40 tahun	3,692	3,834	3,785
41-50 tahun	3,718	3,746	3,939
>50 tahun	3,800	3,866	3,875
Rata – rata	3,674	3,7285	3,772

Berdasarkan tabel diatas, responden berusia lebih dari 50 tahun lebih mendominasi dalam mempresepsikan bahwa *Servicescape* di Hotel Tugu Malang

baik dengan jumlah 3,800. Dimensi *Spatial Layout and Functionality*, responden berusia lebih dari 50 tahun juga lebih mendominasi dalam mempresepsikan bahwa *Servicescape* di Hotel Tugu Malang baik dengan jumlah 3,866. Untuk dimensi terakhir, yaitu *Signs, Symbols, and Artifacts* di dominasi oleh responden yang berusia 41-50 tahun dengan nilai 3,939.

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* Menurut Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	<i>Ambient Conditions</i>	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	<i>Signs, Symbol, and Artifacts</i>
SMA/SMK	3,482	3,664	3,641
Diploma	3,742	3,588	3,751
S1	3,626	3,702	3,684
Lainnya (S2)	3,466	3,866	4,584
Rata – rata	3,579	3,705	3,915

Pada dimensi *Ambient Conditions* responden berpendidikan Diploma lebih dominasi dalam mempresepsikan bahwa *Servicescape* di Hotel Tugu Malang baik dengan jumlah 3,742. Dimensi *Spatial Layout and Functionality*, dan dimensi *Signs, Symbols and Artifacts* responden berpendidikan S2 lebih dominasi dalam mempresepsikan bahwa *Servicescapes* di Hotel Tugu Malang baik dengan jumlah masing - masing 3,866 dan 4,584.

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* Menurut Pekerjaan Responden

Pekerjaan	<i>Ambient Conditions</i>	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	<i>Signs, Symbol, and Artifacts</i>
PNS	4,000	5,800	4,125
Karyawan Swasta	3,632	3,702	3,769
Profesional	4,066	3,866	4,584
Wirausahawan	3,604	3,658	3,659
Rata – rata	3,825	4,256	4,034

Tabel diatas menunjukkan *Mean* tertinggi sebesar 4,066 pada dimensi *Ambient Conditions* dimiliki oleh responden yang berprofesi sebagai profesional. Pada dimensi *Spatial Layout and Functionality*, *mean* tertinggi dimiliki oleh responden yang berprofesi sebagai PNS sebesar 5,800. *Mean* tertinggi pada dimensi

terakhir, *Signs, Symbols and artifacts* ada pada responden yang berprofesi sebagai profesional.

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* Menurut Penghasilan Responden Per Bulan

Penghasilan Per Bulan	<i>Ambient Conditions</i>	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	<i>Signs, Symbol, and Artifacts</i>
1 juta s/d <4juta	3,640	3,280	3,850
4 juta s/d <7juta	3,608	3,732	3,654
7 juta s/d <10 juta	3,740	3,540	3,614
≥10 juta	3,582	3,760	3,779
Rata – rata	3,642	3,578	3,724

Pada tabel diatas, pada dimensi *Ambient Conditions* didominasi oleh responden dengan pendapatan per bulan 7 juta s/d <10 juta dengan nilai 3,740 ,sedangkan untuk dimensi *Spatial Layout and Functionality* didominasi oleh responden dengan pendapatan per bulan >10 juta dengan nilai 3,760. Dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* didominasi oleh responden dengan pendapatan per bulan 1 juta s/d >4 juta dengan nilai 3,850

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* Menurut Hobi Responden

Hobi	<i>Ambient Conditions</i>	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	<i>Signs, Symbol, and Artifacts</i>
Membaca	3,722	3,832	3,990
Berwisata/ Travelling	3,686	3,776	3,752
Olahraga	3,652	3,698	3,662
Internet/Komputer/Gadget	3,452	3,408	3,564
Lainnya	-	-	-
Rata – rata	2,902	2,943	2,994

Pada tabel diatas, seluruh dimensi didominasi oleh responden dengan hobi membaca. Dapat dilihat dari *Ambient Conditions* dengan nilai mean 3,722, *Spatial Layout and Functionality* dengan nilai 3,832 ,dan juga dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* dengan nilai 3,990.

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* Menurut Status Pernikahan Responden

Status Pernikahan	<i>Ambient Conditions</i>	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	<i>Signs, Symbol, and Artifacts</i>
Menikah	3,634	3,718	3,799
Belum Menikah	3,620	3,628	3,615
Lainnya	3,700	4,000	4,062
Rata – rata	3,651	3,782	3,825

Berdasarkan tabel diatas, seluruh dimensi didominasi oleh responden dengan status pernikahan lainnya. Dapat dilihat dari *Ambient Conditions* dengan nilai *mean* 3,700, *Spatial Layout and Functionality* dengan nilai 4,000 ,dan juga dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* dengan nilai 4,062.

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* Menurut Domisili Wisatawan

Domisili	<i>Ambient Conditions</i>	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	<i>Signs, Symbol, and Artifacts</i>
Surabaya	3,642	3,668	3,712
Luar Surabaya	3,610	3,692	3,711
Rata - rata	3,626	3,680	3,711

Pada dimensi *Ambient Conditions* responden yang berdomisili di Surabaya lebih didominasi dalam mempersepsikan bahwa *Servicescape* di Hotel Tugu Malang baik dengan jumlah 3,642. Dimensi *Spatial Layout and Functionality* didominasi oleh responden yang berdomisili di luar Surabaya dengan nilai 3,692. Dimensi *Signs, Symbols and Artifacts* didominasi oleh responden yang berdomisili di Surabaya dalam mempersepsikan bahwa *Servicescapes* di Hotel Tugu Malang baik dengan jumlah *mean* 3,712.

Pembahasan Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden *servicescape* pada obyek Hotel Tugu Malang, sebagian besar responden berjenis kelamin wanita (52%) dan sisanya berjenis kelamin pria (48%).Usia responden sebagian besar berusia 21-30 tahun (38%),

sedangkan sebagian kecil berusia lebih dari 50 tahun (9%). Berdasarkan pendidikan terakhir responden, sebagian besar S1 (58%), sedangkan sebagian kecil adalah S2 (3%). Pekerjaan responden sebagian besar adalah wirausahawan (77%), sedangkan sebagian kecil adalah PNS (1%). Berdasarkan pendapatan per bulan sebagian besar responden lebih dari 10 juta (46%), sedangkan sebagian kecil berpendapatan 1 juta sampai dengan kurang dari 4 juta (5%). Berdasarkan hobi responden sebagian besar adalah berwisata atau traveling (37%), sedangkan sebagian kecil adalah membaca (13%). Status pernikahan responden, sebagian besar adalah menikah (48%), sedangkan sebagian kecil adalah lainnya (bercerai) (2%). Berdasarkan domisili responden sebagian besar berdomisili di Surabaya (58%) sedangkan sebagian kecil berdomisili di luar Surabaya (42%).

Pembahasan *Servicescape*

Servicescape secara keseluruhan di Hotel Tugu Malang menurut persepsi wisatawan adalah 3,67, dari hasil ini diketahui bahwa persepsi wisatawan terhadap *servicescape* di Hotel Tugu Malang dinilai positif karena nilai rata-rata (*mean*) diatas nilai 3,00. Menurut Christopher Lovelock (2005:214) “ *the impressions created on five sense by the design of the physical environment where service is delivered* “, yang artinya kesan – kesan yang diciptakan pada panca indera oleh perancangan lingkungan fisik di tempat jasa. Berdasarkan deskripsi *servicescape* yang diungkapkan oleh Lovelock adanya kesesuaian dengan Hotel Tugu Malang. Responden memberikan kesan yang positif dalam hal kesesuaian desain dengan konsep yang diciptakan oleh Hotel Tugu Malang yaitu ‘*The Art, Soul, and Romance of Indonesia*’.

Hasil penelitian menunjukkan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* mempunyai nilai *mean* tertinggi sebesar 3,71 sehingga persepsi wisatawan terhadap dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* pada Hotel Tugu Malang adalah positif. Hal tersebut dapat dilihat dari struktur dan tema bangunan yang unik dengan percampuran

tema antara budaya Indonesia, Tionghoa, Belanda dan India. Lukisan dan perabot di galeri Hotel Tugu Malang sangat sesuai dengan tema, dimana perabot – perabot yang terdapat di Hotel Tugu Malang merupakan peninggalan asli masa lampau seperti sentuhan ornamen etnik Jawa dengan Cina dan barang-barang antik dari dekade 1850-an dengan nilai sejarah yang cukup tinggi. Perabot kamar, kamar mandi, lobby, restoran, ballroom bertema campuran tradisional Jawa, Cina, Belanda dan India. Pada sub bab dimensi kesesuaian lukisan dan perabot di galeri hotel sesuai dengan tema Hotel Tugu Malang mendapat penilaian *mean* tertinggi sebesar 3,91 dan kejelasan papan nama Hotel Tugu Malang mendapatkan *mean* terendah sebesar 3,43. Dari data tersebut wisatawan menilai struktur bangunan dan interior di Hotel Tugu Malang tergolong unik dan mampu membuat wisatawan tertarik, sedangkan papan nama Hotel Tugu Malang dinilai kurang jelas dan menarik. Secara keseluruhan *Signs, Symbols, and Artifacts* dapat membantu memberikan petunjuk maupun informasi dan juga menciptakan suasana tempo dulu yang ingin dirasakan wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan dimensi *Spatial Layout and Functionality* mempunyai nilai *mean* tertinggi sebesar 3,67 setelah dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*, sehingga dimensi *Spatial Layout and Functionality* pada Hotel Tugu Malang dapat dinilai positif. Hal tersebut dapat dilihat dari fasilitas air panas yang ada toilet kamar hotel selalu berfungsi dengan baik, hal ini tidak luput dari pengecekan dan pemeliharaan fasilitas yang baik oleh pihak Hotel Tugu. Sub dimensi yang memiliki *mean* tertinggi sebesar 3,77 dimiliki oleh fasilitas air panas di dalam toilet kamar yang dapat berfungsi dengan baik. Sedangkan *mean* terendah dimiliki oleh sub dimensi kemudahan menemukan letak restoran yang ada di dalam Hotel Tugu Malang dengan nilai 3,59. Berdasarkan nilai *mean* tersebut, persepsi wisatawan terhadap fasilitas air panas yang ada di dalam toilet kamar hotel sudah baik, sedangkan kemudahan untuk menemukan letak restoran di dalam hotel dinilai wisatawan agak sulit.

Hasil penelitian dimensi *Ambient Conditions* memiliki nilai terendah dibanding dimensi – dimensi lainnya sebesar 3,62 namun berdasarkan nilai *mean* tersebut persepsi wisatawan terhadap dimensi *Ambient Conditions* pada Hotel Tugu Malang masih dinilai positif, yaitu dalam hal suhu ruangan di Hotel Tugu yang sejuk. Ruangan di Hotel Tugu Malang terbagi menjadi dua yaitu indoor dan outdoor. Di dalam hotel juga terdapat area yang memiliki atap terbuka (outdoor) sehingga memungkinkan banyak ditumbuhi berbagai jenis tumbuhan di dalam hotel yang membuat suhu ruangan outdoor di hotel Tugu tetap sejuk, begitu juga kesejukan di dalam ruangan indoor tetap terjaga karena penyetelan air conditioning sudah diatur sesuai kebutuhan dan besar ruangan di Hotel Tugu Malang. *Sub* dimensi dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,77 dimiliki oleh suhu ruangan di Hotel Tugu sejuk. Nilai *mean* terendah sebesar 3,51 dimiliki oleh sub bab dimensi alunan musik di Hotel Tugu Malang sesuai dengan tema hotel. Berdasarkan nilai tersebut wisatawan merasa fasilitas air panas yang ada di kamar Hotel Tugu Malang sudah berfungsi dengan baik, namun alunan musik yang diputar di hotel dinilai kurang sesuai dengan tema hotel karena musik yang diputar di Hotel Tugu terlalu tradisional dan hampir tidak pernah memutar lagu bertema *romance*.

Pada tabulasi silang berdasarkan jenis kelamin responden, Pria memiliki persepsi lebih positif dibandingkan dengan responden wanita pada dimensi *Ambient Conditions*, *Spatial Layout and Functionality* dan juga *Signs, Symbols, and Artifacts*. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden pria memberikan penilaian yang lebih baik atau ber persepsi lebih baik dibanding responden wanita terhadap seluruh dimensi *servicespace* di Hotel Tugu Malang. Untuk kategori berdasarkan usia, responden yang berusia > 50 tahun memiliki persepsi yang paling positif pada dimensi *Ambient Conditions* dan *Spatial Layout and Functionality* , sedangkan responden yang berusia 41-50 tahun memiliki persepsi yang paling positif pada dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*. Responden yang berusia > 50 menganggap penting kesejukan suhu ruangan, fasilitas air panas di toilet kamar hotel yang dapat

berfungsi dengan baik, Responden yang berusia 41-50 tahun merasa desain bangunan maupun lukisan, perabot di hotel sudah sesuai dengan tema yaitu *'The Art, Soul, and Romance of Indonesia'*. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan usia lebih dari 50 tahun menilai positif lebih banyak pada dimensi *servicescape* pada hotel Tugu Malang dibanding responden lainnya.

Ditinjau dari pendidikan terakhir, responden yang berpendidikan terakhir diploma memiliki persepsi paling positif pada dimensi *Ambient Conditions*. Sedangkan, responden yang berpendidikan terakhir S2 memiliki persepsi paling positif pada dimensi *Spatial Layout and Functionality* serta dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*. Responden yang berpendidikan terakhir sebagai diploma merasa suhu ruangan, suasana hotel penting saat menginap di hotel. Sedangkan responden berpendidikan terakhir sebagai S2 menganggap penting kesan luas pada kamar hotel, kesesuaian desain bangunan, dekorasi, perabot dengan tema hotel. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir S2 menilai positif lebih banyak pada dimensi *servicescape* pada hotel Tugu Malang dibanding responden lainnya. Berdasarkan pekerjaan, responden yang berprofesi sebagai Profesional memiliki persepsi yang paling positif pada dimensi *Ambient Conditions* dan *Signs, Symbols, and Artifacts*, sedangkan responden yang berprofesi sebagai PNS memiliki persepsi yang paling positif pada dimensi *Spatial Layout and Functionality*. Responden yang berprofesi sebagai profesional menganggap suhu dan pencahayaan ruangan serta desain bangunan penting dalam dimensi *servicescape*. Sedangkan responden yang berprofesi sebagai PNS lebih menganggap penting ketepatan pemilihan perabot, kesan luas kamar dalam *servicescape*. Hal ini menunjukkan pendapat responden terhadap *servicescape* sudah merata karena nilai tiap dimensi didominasi oleh karakteristik responden yang berbeda

Berdasarkan penghasilan responden per bulan, responden dengan pendapatan 7 juta sampai dengan kurang dari 10 juta per bulan memiliki persepsi yang paling positif pada dimensi *Ambient Conditions*, sedangkan responden dengan pendapatan

lebih dari 10 juta per bulan memiliki persepsi yang paling positif pada dimensi *Spatial Layout and Functionality*, sedangkan responden yang memiliki persepsi lebih positif pada dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* adalah responden yang memiliki pendapatan per bulan 1 juta sampai dengan kurang dari 4 juta. Hal ini menunjukkan pendapat responden terhadap *servicescape* sudah merata karena nilai tiap dimensi didominasi oleh karakteristik responden yang berbeda. Ditinjau dari hobi, responden yang memiliki hobi membaca memiliki persepsi positif pada seluruh dimensi yaitu *Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality*, dan *Signs, Symbols, and Artifacts*. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan hobi membaca menilai lebih positif dan menganggap penting seluruh dimensi yang ada pada seluruh dimensi *servicescape* pada Hotel Tugu Malang dibandingkan dengan responden dengan hobi lainnya.

Ditinjau dari status pernikahan, responden yang status pernikahan lainnya (bercerai) memiliki persepsi yang positif pada seluruh dimensi yaitu *Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality*, dan *Signs, Symbols, and Artifacts*. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan status pernikahan lainnya (bercerai) menilai lebih positif dan menganggap penting seluruh dimensi *servicescape* pada hotel Tugu Malang dibandingkan dengan responden dengan status pernikahan lainnya. Responden yang berdomisili di Surabaya memiliki persepsi paling positif pada dimensi *Ambient Conditions* dan *Signs, Symbols, and Artifacts*, sedangkan responden yang berdomisili di luar Surabaya memiliki persepsi lebih positif pada dimensi *Spatial Layout and Functionality*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berdomisili di Surabaya menganggap kesejukan ruangan, suasana hotel, kesesuaian tema, perabot sebagai hal yang penting dalam *servicescape*. Sedangkan responden yang berdomisili di luar Surabaya menilai letak restoran, kesesuaian perabot restoran hotel penting dibanding dimensi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berdomisili di Surabaya menilai positif lebih banyak pada dimensi

servicescape pada hotel Tugu Malang dibanding responden yang berdomisili di luar Surabaya.

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mulai dari bab I hingga bab IV memberikan beberapa informasi mengenai obyek penelitian yaitu, berdasarkan hasil data yang diolah, diperoleh data bahwa *servicescape* pada Hotel Tugu Malang dinilai positif oleh responden karena nilai *mean* terhadap keseluruhan *servicescape* pada obyek wisata ini adalah sebesar 3,67 yang diperoleh dari rata – rata nilai *mean* dimensi *Ambient Conditions* sebesar 3,62, dimensi *Spatial Layout and Functionality* sebesar 3,67 dan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* sebesar 3,71. Hasil penelitian pada dimensi *Ambient Condition* menunjukkan mean tertinggi sebesar 3,77 dimiliki oleh sub dimensi suhu ruangan di Hotel Tugu Malang sejuk, pada dimensi *Spatial Layout and Functionality*, mean tertinggi sebesar 3,77 yang dimiliki oleh sub dimensi toilet dalam kamar dengan fasilitas air panas dapat berfungsi dengan baik. Pada dimensi *Signs, Symbols and Artifacts*, mean tertinggi sebesar 3,91 dimiliki oleh sub dimensi lukisan dan perabot di galeri hotel sesuai dengan tema Hotel Tugu Malang.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa responden yang menginap di Hotel Tugu Malang dengan jenis kelamin pria memberikan nilai *mean* tertinggi pada seluruh dimensi *servicescape*, yaitu sebesar 3,752 pada dimensi *Ambient Conditions*. Nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Spatial Layout and Functionality* sebesar 3,788, dan 3,803 pada dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*. Responden yang berusia lebih dari 50 tahun memberikan nilai *mean* tertinggi dimensi *Ambient Conditions* dan *Spatial Layout and Functionality*, dengan masing – masing nilai 3,800 dan 3,866. *Mean* tertinggi pada dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* diberikan oleh responden yang berusia 41-50 tahun. Berdasarkan pendidikan terakhir responden, nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Ambient Conditions* diberikan oleh responden dengan

pendidikan terakhir Diploma dengan nilai 3,742. Pada dimensi *Spatial Layout and Functionality* dan *Signs, Symbols, and Artifacts*, *mean* tertinggi diberikan oleh responden yang berpendidikan terakhir S2 dengan masing – masing nilai 3,866 dan 4,584.

Responden yang bekerja sebagai profesional memberikan nilai *mean* tertinggi bagi dimensi *Ambient Conditions* dan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* dengan nilai masing – masing 4,066 dan 4,584. Pada dimensi *Spatial Layout and Functionality* nilai *mean* tertinggi diberikan oleh responden yang bekerja sebagai PNS. Berdasarkan penghasilan responden per bulan, nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Ambient Conditions* diberikan oleh responden dengan pendapatan 7 juta sampai dengan kurang dari 10 juta per bulan, nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Spatial Layout and Functionality* diberikan oleh responden dengan pendapatan lebih dari 10 juta per bulan dan pada dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* nilai *mean* tertinggi diberikan oleh responden pendapatan per bulan 1 juta sampai dengan kurang dari 4 juta. Berdasarkan hobi responden, nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality, Signs, Symbols, and Artifacts* diberikan oleh responden yang memiliki hobi membaca dengan nilai masing – masing 3,722, 3,832, 3,990. Menurut status pernikahan, nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality, Signs, Symbols, and Artifacts* diberikan oleh responden dengan status pernikahan lainnya dengan nilai masing – masing 3,700, 4,000, 4,062. Responden dengan domisili Surabaya memiliki nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Ambient Conditions* dan *Signs, Symbols, and Artifacts* dengan nilai masing – masing 3,642 dan 3,712. Nilai *mean* tertinggi pada dimensi *Spatial Layout and Functionality* dimiliki oleh responden yang berdomisili diluar Surabaya dengan nilai 3,692.

2. REKOMENDASI

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dalam bab ini, maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola Hotel Tugu Malang dalam menjalankan usahanya, antara lain :

1. Berkaitan dengan dimensi *Ambient Conditions, mean* terendah dimiliki oleh indikator alunan musik di Hotel Tugu Malang sesuai dengan tema hotel. Sebaiknya pihak hotel bisa lebih memperhatikan daftar lagu – lagu yang diputar di ruangan – ruangan yang ada di Hotel Tugu seperti memutar lagu klasik Indonesia otentik, lagu romantis Indonesia era lampau, lagu kesenian dari berbagai daerah di Indonesia agar lebih sesuai dengan tema hotel yaitu *The Art, Soul, and Romance of Indonesia*.
2. Berkaitan dengan dimensi *Spatial Layout and Functionality, mean* terendah dimiliki oleh letak restoran bagi pengunjung Hotel Tugu Malang mudah ditemukan. Hal ini dapat diatasi dengan cara menambah jumlah papan petunjuk arah restoran dengan ukuran dan tulisan yang memungkinkan tamu untuk melihat jelas dan menempatkan papan petunjuk di tempat yang banyak dilalui oleh tamu.
3. Berkaitan dengan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*, papan nama Hotel Tugu Malang memiliki penilaian terendah dari wisatawan. Ukuran yang kurang besar, warna kurang menarik dan tulisan yang tidak jelas pada papan nama juga dapat mempengaruhi persepsi wisatawan, namun hal ini dapat diatasi dengan mengganti papan nama Hotel Tugu Malang dengan papan nama yang berukuran lebih besar dengan pemilihan warna yang menarik dan juga tulisan yang berukuran sesuai dengan besarnya papan, dan juga bentuk font tulisan yang mudah dibaca oleh wisatawan.