

Studi Deskriptif Penerapan Servicescape Pada Restoran Crab N Chef Seafood Restaurant Menurut Persepsi Konsumen

Vicko Sепthian

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

Abstraksi

Servicescape merupakan lingkungan buatan (*built environment*). *Servicescape* dapat dibagi pada tiga dimensi utama, yaitu: kondisi sekitar (*ambient condition*), tata ruang dan fungsional (*spatial layout and functionally*) serta tanda-tanda, simbol dan artefak (*signs, symbols and artefacts*). Salah satu perusahaan dalam bidang kuliner yang mengaplikasikan *servicescape* pada bisnisnya adalah Crab N Chef *Seafood Restaurant*, yaitu restoran berkonsep “Kapal Laut” yang menyediakan berbagai jenis menu *seafood*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap *servicescape* di Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada perusahaan untuk mengetahui lebih lanjut gambaran persepsi konsumen terhadap *servicescape* di Crab N Chef *Seafood Restaurant*. sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 orang responden. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tanggapan responden terhadap *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant* berada pada kategori “Baik”. Dari ketiga dimensi yang menjelaskan *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, dimensi *Spatial Layout and Functionality* merupakan dimensi yang paling berkontribusi dalam membentuk *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant* karena memiliki nilai *mean* paling tinggi dari kedua dimensi *Servicescape* lainnya yang dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, yaitu sebesar 3,62.

Kata Kunci: *Servicescape, Ambient Condition, Spatial Layout and Functionality, Signs, Symbols and Artifacts*

Abstract

Servicescape is an artificial environment (built environment). Servicescape can be divided in three main dimensions, namely: ambient conditions, spatial and functional, and signs, symbols and artifacts. One company in the culinary field that apply servicescape on business is N Chef Crab Seafood Restaurant, the restaurant concept "Ships" which provide various kinds of seafood menu. This study aimed to describe consumers' perceptions of servicescape in Crab N Chef Seafood Restaurant. Therefore, this study is expected to provide benefits to the company to find out more picture of consumer perceptions of servicescape on Crab N Chef Seafood Restaurant. Samples to be used are as many as 100 respondents. Descriptive analysis showed that overall, respondents perception to Servicescape of N Chef Crab Seafood Restaurant is on the category of "Good". Of the three dimensions that explain Servicescape of N Chef Crab Seafood Restaurant, Spatial Layout and Functionality dimension is the dimension that most contribute to the shaping of the Crab N Servicescape Chef Seafood Restaurant because it has the highest mean value of the two other Servicescape dimension of N Chef Crab Seafood Restaurant , that is equal to 3.62.

Keywords: Servicescape, Ambient Condition, Spatial Layout and Functionality, Signs, Symbols and Artifacts

Pendahuluan

Servicescape merupakan lingkungan buatan (built environment). Servicescape dapat dibagi pada tiga dimensi utama, yaitu: kondisi sekitar (ambient condition), tata ruang dan fungsional (spatial layout and functionally) serta tanda-tanda, simbol dan artefak (signs, symbols and artefacts). Ketiga hal tersebut mencakup fasilitas eksterior, seperti: landscape, desain eksterior, tanda, parkir dan lingkungan sekitarnya; serta fasilitas interior, seperti: desain interior, dekorasi, peralatan, tanda, tata letak, kualitas udara, suhu dan suasana (Zeithaml dan Bitner, 1996:534-536).

Salah satu perusahaan dalam bidang kuliner yang mengaplikasikan *servicescape* pada bisnisnya adalah Crab N Chef *Seafood Restaurant*, yaitu restoran berkonsep “Kapal Laut” yang menyediakan berbagai jenis menu *seafood*. Penggunaan *servicescape* dengan konsep kapal laut disesuaikan dengan nama perusahaan, dimana ketika masuk para pengunjung akan dibawa ke suasana kapal laut yang sedang berlayar mencari kepiting di lautan Alaska. Properti seperti meja kursi, disain tembok sekeliling dibuat seolah-olah menyerupai sebuah kapal laut. Restoran berkonsep kapal laut ini adalah yang pertama di Indonesia, mulai dibuka sejak tanggal 14 September 2014 di Jl Manyar Kertoarjo V/8 Surabaya.

Research gap dari penelitian ini terletak pada dua penelitian terdahulu yang digunakan pedoman untuk melakukan penelitian mengenai *servicescape* dalam ruang lingkup restoran, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Angelina (2013) dan penelitian yang dilakukan oleh Candrawati (2013). Penelitian yang dilakukan oleh Angelina (2013) mengenai “Studi Deskriptif Penerapan Servicescapes Pada Restoran Waroeng Bamboe Kota Batu Menurut Persepsi Konsumen” menunjukkan bahwa *servicescape* sangat penting dalam pembentukan kesan atau awal dalam membentuk harapan konsumen. Dalam hal ini, responden merasakan udara di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu sejuk dan membuat responden nyaman berada di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu. Penelitian Candrawati (2013), mengenai “Studi Deskriptif Penerapan Servicescape Pada Dream of Kahyangan Art Resto,” menunjukkan bahwa diferensiasi restoran melalui *servicescape* mempunyai pengaruh cukup besar terhadap keinginan konsumen untuk mengunjungi Dream of Kahyangan Art Resto. Dalam hal ini, *servicescape* di Dream of Kahyangan Art Resto mendapatkan penilaian baik dari konsumen. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap *servicescape* di Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada perusahaan untuk mengetahui lebih lanjut gambaran persepsi konsumen terhadap *servicescape* di Crab N Chef *Seafood Restaurant*.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kuantitatif. Target populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk-produk Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah mengonsumsi produk-produk Crab N Chef *Seafood Restaurant* di tempat, minimal 2 kali dalam tiga bulan terakhir, mengetahui *servicescape* yang dimiliki Crab N Chef *Seafood Restaurant* dan berpendidikan minimal SMA. Untuk memperoleh data mengenai persepsi konsumen terhadap *servicescape* di Crab N Chef *Seafood Restaurant*, maka dibuat beberapa pertanyaan yang disusun dalam bentuk skala *Likert* 1-5 (Sugiyono, 2014:168).

Hasil dan Pembahasan

A. Tampilan Data

Kuesioner yang disusun dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian. Bagian pertama adalah daftar pertanyaan yang dibuat untuk mengetahui data konsumen Crab N Chef *Seafood Restaurant* yang menjadi responden pada penelitian ini. Bagian kedua adalah daftar pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap *servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Dari 100 orang responden, 53% diantaranya berjenis kelamin wanita, sedangkan 47% responden lainnya adalah berjenis kelamin laki-laki. 74% diantaranya berdomisili di Surabaya, sedangkan 26% responden lainnya berdomisili di kota lain, seperti Madiun, Kediri, Tulung Agung dan Jakarta dan Bandung. 28% diantaranya berpendidikan terakhir Diploma, dengan catatan bahwa mereka masih sedang melanjutkan perkuliahan untuk mengambil gelar Sarjana S1, sedangkan 4% responden lainnya berpendidikan terakhir SMA dan sederajat. Adapun mayoritas responden (68%) adalah berpendidikan terakhir selain dari kedua pilihan yang telah diberikan, yaitu Sarjana dan Magister. 52% diantaranya berusia 36-45 tahun. Kemudian secara berturut-turut diikuti dengan responden yang berusia 26-35 tahun sebanyak 36%, responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 10%, sedangkan 2% responden lainnya berusia 16-55 tahun.

64% diantaranya bekerja sebagai sebagai wiraswasta. Secara berturut-turut, diikuti dengan responden yang bekerja di perusahaan swasta sebanyak 13%, responden yang masih menjadi pelajar/mahasiswa sebanyak 11%, responden yang bekerja sebagai profesional sebanyak 9%, sedangkan 4% sisanya bekerja sebagai PNS di kantor-kantor Pemerintahan. Selain itu, seluruh responden (100%) pada penelitian ini telah mengkonsumsi produk Crab N Chef *Seafood Restaurant* >2 kali dalam 3 bulan terakhir.

B. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang menggambarkan tanggapan responden terhadap dimensi-dimensi *servicescape* akan ditampilkan dalam bentuk *mean*, standar deviasi dan diagram *pie*. Analisis *mean* digunakan untuk mengetahui rata-rata persepsi konsumen terhadap *servicescape* di Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Analisis deskriptif yang menggambarkan tanggapan responden terhadap dimensi-dimensi *servicescape* akan ditampilkan dalam bentuk *mean*, standar deviasi dan diagram *pie*. Analisis *mean* digunakan untuk mengetahui rata-rata persepsi konsumen terhadap *servicescape* di Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Nilai rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan data dalam kelompok, kemudian dibagi dengan jumlah data yang ada (Malhotra, 2002:477). Tanggapan responden terhadap dimensi-dimensi *servicescape* yang dimiliki Crab N Chef *Seafood Restaurant* akan dibagi menjadi 3 kategori, yaitu sangat baik (antara 3,68–5,00), cukup baik (2,34–3,67), dan kurang baik (1,00–2,33).

Hasil analisis deskriptif bahwa dari ketiga dimensi *Servicescape*, nilai *mean* tertinggi berada pada dimensi *Spatial Layout and Functionality*, dengan nilai *mean* sebesar 3,62, berada pada kategori “cukup baik”. Sedangkan nilai *mean* terendah berada pada dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*, dengan nilai *mean* sebesar 3,55, berada pada kategori “cukup baik”.

C. Pembahasan *Servicescape*

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tanggapan responden terhadap *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*

berada pada kategori “Baik”. Dari ketiga variabel yang menjelaskan *Servicescape*, dimensi *Spatial Layout and Functionality* merupakan dimensi yang paling berkontribusi dalam membentuk *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant* karena memiliki nilai *mean* paling tinggi dari kedua dimensi *Servicescape* lainnya yang dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*.

Jika dilihat dari tiap-tiap dimensi *Servicescape*, rata-rata konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap dimensi *Ambient Conditions* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, dengan nilai total *mean* sebesar 3,56. Persepsi konsumen terhadap dimensi *Spatial Layout and Functionality* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant* juga berada pada kategori “Baik”, dengan total *mean* sebesar 3,62. Begitu pula dengan persepsi konsumen terhadap dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, juga berada pada kategori “Baik”, dengan nilai rata-rata *mean* sebesar 3,55. Baiknya persepsi konsumen terhadap dimensi-dimensi *Servicescape* secara keseluruhan dapat dilihat dari besarnya nilai *mean* dari ketiga dimensi tersebut, yang berada pada rentang *mean* antara 2,34 – 3,67.

Tabel 1.
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Ambient Conditions* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*

No	Indikator	<i>Mean</i>	Std. Dev
1	AC di ruang restoran Crab N Chef dingin (Ambient1)	3,38	0,98
2	Suasana ruang restoran Crab N Chef seperti di dalam kapal laut (Ambient2)	3,59	0,93
3	Suasana ruang restoran Crab N Chef tenang (Ambient3)	3,54	1,20
4	Pencahayaan ruang restoran Crab N Chef cukup (Ambient4)	3,61	0,80
5	Aroma ruang restoran Crab N Chef segar (Ambient5)	3,51	1,14
6	Sikap konsumen kepada konsumen restoran Crab N Chef lainnya sopan (Ambient6)	3,70	0,97
Rata-rata		3,56	1,00

Sumber: Data Diolah (2015)

Dari tabel 1 dapat kita lihat persepsi konsumen terhadap dimensi *Ambient Conditions* digambarkan melalui 6 pertanyaan yang meliputi kondisi AC, suasana di dalam ruangan, ketenangan di dalam ruangan, pencahayaan ruangan, aroma ruangan dan sikap konsumen di dalam ruangan. Jika dilihat dari persebaran persentase frekuensi jawaban yang diberikan, dapat diketahui bahwa jawaban terbanyak pada indikator AC adalah setuju dengan persentase sebesar 43%. Jawaban terbanyak pada indikator suasana di dalam ruangan adalah setuju dengan persentase sebesar 39%. Jawaban terbanyak pada indikator ketenangan di dalam ruangan adalah setuju dengan persentase sebesar 37%. Jawaban terbanyak pada indikator pencahayaan ruangan adalah setuju dengan persentase sebesar 60%.

Jawaban terbanyak pada indikator aroma ruangan adalah setuju dengan persentase sebesar 42%. Sedangkan jawaban terbanyak pada indikator sopannya sikap konsumen terhadap konsumen lainnya adalah setuju dengan persentase sebesar 38%. Dengan demikian, dari keenam indikator dimensi *Ambient Conditions* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, jawaban setuju yang terbanyak dimiliki oleh indikator indikator pencahayaan ruangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseruan, semua mayoritas konsumen setuju bahwa pencahayaan ruangan di Crab N Chef *Seafood Restaurant* dalam kondisi yang baik.

Selanjutnya, hasil analisis deskriptif pada penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang baik pada keseluruhan dimensi *Ambient Conditions* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Jika dilihat dari satu per satu indikatornya, sopannya sikap konsumen kepada konsumen restoran Crab N Chef lainnya merupakan indikator yang memiliki nilai *mean* tertinggi diantara kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Ambient Conditions*, dengan nilai *mean* sebesar 3,70. Besarnya nilai *mean* tersebut berarti bahwa sopannya sikap konsumen kepada konsumen restoran Crab N Chef lainnya berada pada kategori yang sangat baik, karena berada pada rentang *mean* antara 6,68 – 5,00.

Kemudian secara berturut-turut diikuti oleh nilai *mean* dari indikator pencahayaan ruangan dengan nilai *mean* sebesar 3,61, indikator suasana ruangan dengan nilai *mean* sebesar 3,59, indikator ketenangan di dalam ruangan dengan nilai *mean* sebesar 3,57, indikator Ambient5 dengan nilai *mean* sebesar 3,51. Sedangkan

nilai *mean* terendah diantara kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Ambient Conditions* adalah indikator AC ruangan dengan nilai *mean* sebesar 3,38. Hal ini tersebut menunjukkan bahwa AC di ruang restoran Crab N Chef dingin, namun belum mencapai tingkat dinginnya suhu udara sebagaimana diinginkan oleh konsumen.

Jika dilihat dari nilai standar deviasi yang dimiliki masing-masing indikator yang menjelaskan dimensi *Ambient Conditions*, indikator pencahayaan ruangan dengan nilai standar deviasi sebesar 0,80 menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki variasi data yang lebih kecil (homogen) dibandingkan dengan kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Ambient Conditions*. Sedangkan indikator ketenangan di dalam ruangan dengan nilai standar deviasi sebesar 1,20, menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki variasi data yang lebih besar (heterogen) dibandingkan dengan kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Ambient Conditions*.

Tabel 2.
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Spatial Layout and Functionality* dari Crab N Chef Seafood Restaurant

No	Indikator	Mean	Std. Dev
1	Penataan <i>layout</i> ruang restoran Crab N Chef menarik (Spatial1)	3,61	1,06
2	Penggunaan perabot sesuai dengan tema kapal laut yang digunakan Crab N Chef (Spatial2)	3,63	1,00
3	Aksesoris ruangan yang digunakan sesuai dengan tema kapal laut yang digunakan Crab N Chef (Spatial3)	3,46	1,10
4	Area parkir yang disediakan Crab N Chef luas (Spatial4)	3,76	0,99
5	Rata-rata	3,62	1,04

Sumber: Data Diolah (2015)

Pada tabel 2 dapat kita lihat persepsi konsumen terhadap dimensi *Spatial Layout and Functionality* digambarkan melalui 4 pertanyaan yang meliputi: *layout*, perabotan dan aksesoris yang digunakan, serta area parkir yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Jika dilihat dari persebaran persentase frekuensi

jawaban yang diberikan, dapat diketahui bahwa jawaban terbanyak pada indikator *layout* adalah setuju dengan persentase sebesar 38%. Jawaban terbanyak pada indikator perabotan yang digunakan adalah setuju dengan persentase sebesar 43%. Jawaban terbanyak pada indikator aksesoris yang digunakan adalah setuju dengan persentase sebesar 37%.

Jawaban terbanyak pada indikator area parkir yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* adalah setuju dengan persentase sebesar 38%. Dengan demikian, dari keempat indikator yang menggambarkan dimensi *Spatial Layout and Functionality* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, jawaban setuju yang terbanyak dimiliki oleh indikator perabotan yang digunakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseruan, mayoritas konsumen setuju bahwa perabotan yang digunakan pada ruangan sesuai dengan tema kapal laut yang digunakan Crab N Chef *Seafood Restaurant*.

Selanjutnya, hasil analisis deskriptif pada penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang baik pada keseluruhan dimensi *Spatial Layout and Functionality* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Jika dilihat dari satu per satu indikatornya, area parkir yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* merupakan indikator yang memiliki nilai *mean* tertinggi diantara ketiga indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Spatial Layout and Functionality*, dengan nilai *mean* sebesar 3,77. Besarnya nilai *mean* tersebut berarti bahwa area parkir yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* berada pada kategori yang sangat baik, karena berada pada rentang *mean* antara 6,68 – 5,00.

Kemudian secara berturut-turut diikuti oleh nilai *mean* dari indikator perabotan yang digunakan dengan nilai *mean* sebesar 3,61. Sedangkan nilai *mean* terendah diantara ketiga indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Spatial Layout and Functionality* adalah indikator aksesoris yang digunakan, dengan nilai *mean* sebesar 3,46. Hal ini tersebut menunjukkan bahwa aksesoris yang digunakan oleh Crab N Chef di dalam ruangan adalah baik, namun jumlahnya belum dapat mendukung tema kapal laut yang digunakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* sebagaimana diharapkan oleh konsumen.

Jika dilihat dari nilai standar deviasi yang dimiliki masing-masing indikator yang menjelaskan dimensi *Spatial Layout and Functionality*, indikator area parkir yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* dengan nilai standar deviasi sebesar 0,99 menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki variasi data yang lebih kecil (homogen) dibandingkan dengan kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Spatial Layout and Functionality*. Sedangkan indikator aksesoris yang digunakan dengan nilai standar deviasi sebesar 1,10, menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki variasi data yang lebih besar (heterogen) dibandingkan dengan kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Spatial Layout and Functionality*.

Tabel 3.
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*

No	Indikator	Mean	Std. Dev
1	Penggunaan nama Crab N Chef sesuai dengan produk yang dijual (Sign1)	3,54	1,04
2	Petunjuk arah (misalnya: Toilet) yang tersedia di restoran Crab N Chef jelas (Sign2)	3,64	0,85
3	Bangunan fisik restoran sesuai dengan tema kapal laut yang digunakan Crab N Chef (Sign3)	3,54	1,11
4	Karyawan Crab N Chef memiliki pengetahuan tentang menu yang ditawarkan kepada konsumen (Sign4)	3,49	0,96
Rata-rata		3,55	0,99

Sumber: Data Diolah (2015)

Dalam tabel 3 dapat kita lihat persepsi konsumen terhadap dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* digambarkan melalui 4 pertanyaan yang meliputi: kesesuaian nama, petunjuk arah, bangunan fisik dan pengetahuan karyawan tentang menu Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Jika dilihat dari persebaran persentase frekuensi jawaban yang diberikan, dapat diketahui bahwa jawaban terbanyak pada indikator kesesuaian nama adalah setuju dengan persentase sebesar 45%. Jawaban terbanyak pada indikator petunjuk arah adalah setuju

dengan persentase sebesar 43%. Jawaban terbanyak pada indikator bangunan fisik adalah setuju dengan persentase sebesar 37%.

Jawaban terbanyak pada indikator area parkir yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* adalah cukup setuju dengan persentase sebesar 37%. Dengan demikian, dari keempat indikator yang menggambarkan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, jawaban setuju yang terbanyak dimiliki oleh indikator kesesuaian nama. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan, mayoritas konsumen setuju bahwa nama yang digunakan sesuai dengan produk yang dijual oleh Crab N Chef *Seafood Restaurant*.

Selanjutnya, hasil analisis deskriptif pada penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang baik pada keseluruhan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*. Jika dilihat dari satu per satu indikatornya, jelasnya petunjuk arah yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* (misalnya: Toilet), merupakan indikator yang memiliki nilai *mean* tertinggi diantara ketiga indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*, dengan nilai *mean* sebesar 3,64. Besarnya nilai *mean* tersebut berarti bahwa petunjuk arah yang disediakan Crab N Chef *Seafood Restaurant* berada pada kategori yang baik, karena berada pada rentang *mean* antara 2,34 – 3,67.

Kemudian secara berturut-turut diikuti oleh nilai *mean* dari indikator kesesuaian nama yang digunakan dengan produk yang dijual serta kesesuaian bangunan fisik dengan tema yang digunakan, dengan masing-masing nilai *mean* sebesar 3,54. Sedangkan nilai *mean* terendah diantara ketiga indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* adalah indikator pengetahuan karyawan tentang menu Crab N Chef *Seafood Restaurant*, dengan nilai *mean* sebesar 3,46. Hal ini tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan karyawan terhadap menu-menu yang ditawarkan kepada konsumen adalah baik, namun tingkat pengetahuannya belum mencapai tingginya harapan konsumen.

Jika dilihat dari nilai standar deviasi yang dimiliki masing-masing indikator yang menjelaskan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*, indikator kesesuaian nama Crab N Chef *Seafood Restaurant* dengan nilai standar deviasi sebesar 0,85

menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki variasi data yang lebih kecil (homogen) dibandingkan dengan kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*. Sedangkan indikator bangunan fisik yang digunakan dengan nilai standar deviasi sebesar 1,11, menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki variasi data yang lebih besar (heterogen) dibandingkan dengan kelima indikator lainnya yang menjelaskan dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*.

Ringkasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tanggapan responden terhadap *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant* berada pada kategori “Baik”. Dari ketiga dimensi yang menjelaskan *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, dimensi *Spatial Layout and Functionality* merupakan dimensi yang paling berkontribusi dalam membentuk *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant* karena memiliki nilai *mean* paling tinggi dari kedua dimensi *Servicescape* lainnya yang dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*, yaitu sebesar 3,62. Jika dilihat dari satu per satu dimensi *Servicescape*, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang baik pada keseluruhan dimensi *Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality*, dan *Signs, Symbols, and Artifacts* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan berapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Crab N Chef *Seafood Restaurant* dalam mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan *Servicescape* di masa yang akan datang. Rekomendasi berdasarkan 3 dimensi pokok *Servicescape* meliputi:

1. *Ambient Condition*

Dimensi *Ambient Condition* memiliki nilai rata-rata *mean* terbesar kedua dari seluruh dimensi *Servicescape* dari Crab N Chef *Seafood Restaurant*.

Oleh karena itu, *Crab N Chef Seafood Restaurant* harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kondisi sekitar yang ada saat ini dengan cara meningkatkan ketenangan dari suasana di dalam ruangan *Crab N Chef Seafood Restaurant*, mengingat bahwa indikator ketenangan dari suasana di dalam ruangan memiliki nilai *mean* terkecil dari kelima indikator lainnya dari dimensi *Ambient Condition*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melakukan pemilihan jenis musik dan lagu yang berirama “*slow*” sebagai latar belakang musik yang digunakan sebagai stimulus untuk meningkatkan ketenangan konsumen dalam mengkonsumsi produk-produk yang mereka konsumsi di *Crab N Chef Seafood Restaurant*.

2. Dimensi *Spatial Layout and Functionality*

Dimensi *Spatial Layout and Functionality* memiliki nilai rata-rata tertinggi dari seluruh dimensi *Servicescape* dari *Crab N Chef Seafood Restaurant*. Oleh karena itu, *Crab N Chef Seafood Restaurant* harus dapat mempertahankan kondisi seperti ini. Namun demikian, diantara keempat indikator yang digunakan untuk menjelaskan dimensi *Spatial Layout and Functionality*, indikator aksesori memiliki nilai *mean* yang paling kecil. Oleh karena itu, *Crab N Chef Seafood Restaurant* dapat menambah aksesoris serta pernak-pernik interior yang berhubungan dengan tema kapal laut untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap dimensi tata ruang dan fungsional yang dimiliki *Crab N Chef Seafood Restaurant*.

3. Dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts*

Dimensi *Signs, Symbols, and Artifacts* memiliki nilai rata-rata terkecil dari seluruh dimensi *Servicescape* dari *Crab N Chef Seafood Restaurant*. Oleh karena itu, *Crab N Chef Seafood Restaurant* harus dapat meningkatkan kondisi yang ada. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa pengetahuan karyawan tentang menu *Crab N Chef Seafood Restaurant* memiliki nilai *mean* yang paling kecil. Oleh karena itu, *Crab N Chef Seafood Restaurant* dapat meningkatkan kualitas pengetahuan karyawan terhadap produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan pengembangan kemampuan karyawan melalui diskusi internal

serta evaluasi harian terhadap kekurangan-kekurangan yang dimiliki karyawan, khususnya mengenai menu-menu yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, Crab N Chef *Seafood Restaurant* juga dapat memperbaiki buku menu dengan cara memuat informasi yang jelas mengenai produk serta bahan-bahan yang digunakan pada produk. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan karyawan terhadap menu-menu terkait. Selain itu, karyawan juga dimudahkan dalam melakukan pelayanan kepada konsumen, karena konsumen sendiri telah mengetahui informasi secara jelas melalui buku menu tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, L. Sherend., 2013, Studi Deskriptif Penerapan Servicescapes Pada Restoran Waroeng Bamboe Kota Batu Menurut Persepsi Konsumen. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol.2, No.1 (1-11).
- Candrawati, R. Dwi., 2013, Studi Deskriptif Penerapan Servicescape pada Dream of Kahyangan Art Resto. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol.2 No.1 (1-14).
- Malhotra, N.K., 2002, *Marketing Research: An Applied Orientation* (Fourth Edition), New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, A. Valerie., & Bitner, J. Mary., 1996, *Service Marketing* (International Edition), Singapore: McGraw-Hill.