

**STUDI DESKRIPTIF *SERVICESCAPES* PADA
STILLROD CAFE & RESTO DI SURABAYA MENURUT PERSEPSI
KONSUMEN DI SURABAYA**

Nisa Ristiana

Manajemen Layanan dan Pariwisata / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Nisaristiana28@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan karena melihat semakin berkembangnya bidang wisata, terutama pada sektor makanan seiring laju perekonomian Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Salah satunya yang mempunyai pengaruh cukup besar pada konsumen saat ini adalah *servicecapes* yang dimiliki oleh sebuah restoran. Stillrod Cafe & Resto adalah salah satu jenis restoran berbentuk kafe yang menggunakan konsep *servicecapes* dengan tema *authentic* London sebagai diferensiasinya.

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan penerapan *servicescapes* pada Stillrod Cafe & Resto menurut persepsi konsumen. *Servicescapes* diukur melalui *ambient conditions, spatial layout and functionality, dan signs, symbols, and artifacts*. Penelitian yang digunakan adalah deskriptif murni, dengan menyebarkan kuesioner. Pengolahan data menggunakan *mean*, standar deviasi, dan koefisien variasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescapes* pada Stillrod Cafe & Resto mendapatkan penilaian yang baik, dengan demikian hasil penelitian mendukung konsep teori *servicescapes*.

Kata kunci: *Servicescapes*, Persepsi, Stillrod Cafe & Resto

Abstract

This research was conducted because of the growing field of view tourism, especially in food sector over the rate of the economy of Indonesia from year to year has increased. One of them who had considerable influence on today's consumer is a servicecapes belonging to a restaurant. Stillrod Cafe & Resto was one of the cafe-restaurant uses the concept of servicecapes to the theme authentic London as differentiation.

The purpose of this research was to describe the application of servicescapes on Stillrod Cafe & Resto according to consumers perception. Servicescapes measured through ambient conditions, spatial layout and functionality, and the signs, symbols, and artefacts. Research used are

purely descriptive, with the spreading of the questionnaire. Processing of data using mean, standard deviation, and coefficient of variation. The results show that the servicescape in Stillrod Cafe & Resto get a good assessment, thus the results of theoretical studies support the concept of servicescape.

Key words: Servicescapes, perception, Stillrod Cafe & Resto

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pariwisata Indonesia dewasa ini semakin berkembang seiring laju perekonomian Indonesia di dunia. Bidang wisata dapat membentuk citra bangsa di negara lain. Oleh karena itu pihak pemerintah dan pihak swasta meningkatkan kerjasama dalam membangun pariwisata dalam hal produktivitas dan efisiensi salah satu potensi yang dimiliki negara Indonesia adalah dalam bidang kepariwisataan, Indonesia kaya akan wisata alam dan budaya jika dikembangkan maka akan sebagai andalan pemasukan devisa negara. Pemerintah telah menyadari pariwisata di Indonesia dari tahun-ke tahun semakin meningkat dan pemerintah memperbaiki struktur terkait kepariwisataan mendorong timbulnya kegiatan-kegiatan baru di sekitar wilayah Indonesia.

Lembaga survei asal Amerika Nielsen menyatakan, Masyarakat Indonesia lebih mementingkan kebutuhan makanan dibandingkan kebutuhan lain. Sektor makanan masih menyokong 26,4 persen dari pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia menjaga sektor makanan tetap tinggi, ekonomi nasional masih tumbuh," kata Retailer Service Director The Nielsen Indonesia Yongky Susilo pada paparan survei di Jakarta, Kamis 19 Maret 2009. Berdasarkan survei Nielsen pada kuartal pertama 2009, 77 persen konsumen menyatakan lebih mementingkan belanja makanan.

Surabaya Bisnis restoran dan kafe pada tahun depan diprediksi masih bertumbuh. Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim, Tjahjono Haryono mengatakan, secara umum penjualan makanan dan minuman di tahun depan mengalami pertumbuhan positif. Pengalaman selama ini, ketika digelar pesta demokrasi cukup banyak uang yang beredar di masyarakat. Pelaku bisnis kafe dan restoran juga menerima berkah karena banyaknya

pertemuan-pertemuan atau kegiatan dilakukan di tempatnya. "Apalagi kegiatan makan atau pertemuan di kafe dan restoran sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat," kata Tjahjono di sela Outlook Bisnis Restoran Tahun 2014 yang digelar Apkrindo Jatim bersama Bank Danamon di Resto Nine. Dari sisi ekspansi, kalangan pelaku usaha kafe dan restoran cenderung melakukan pengereman, khususnya untuk penambahan gerai. Namun untuk ekspansi yang terkait produk dan layanan masih akan terus dilakukan. "Jadi prediksi saya pertumbuhan pasar di tahun depan masih positif, minimal sama dengan tahun ini," ujarnya. Sementara untuk tahun ini, pihaknya memprediksi pasar kafe dan restoran hanya tumbuh 15%. Selain dipengaruhi banyaknya kenaikan harga bahan pokok, pebisnis di sektor ini juga dihadapkan pada kenaikan tarif sewa outlet sebagai imbas kenaikan tarif tenaga listrik (TTL) yang tinggi. Menurut Tjahjono "Meski mengalami tekanan, namun pebisnis kafe dan restoran sangat berhati-hati, mengingat sepanjang tahun ini kita sudah menaikkan harga jual dua kali, yakni di awal tahun ketika ada kenaikan upah pekerja dan di pertengahan tahun sebagai imbas kenaikan tarif sewa. Oleh karena itu yang dilakukan sekarang adalah efisiensi tanpa mengurangi kualitas produk dan layanan."

Bisnis kuliner di Surabaya memiliki prospek bagus. Bisnis kuliner sekarang makin tumbuh dan terus memunculkan pemain bisnis baru. "Menurut Soebagyo, pakar ekonomi makro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unair. Karena adanya permintaan pasar pertumbuhan bisnis kuliner di Surabaya yang terus meningkat. Permintaan dari masyarakat dikarenakan adanya perubahan pola kehidupan dulu masyarakat lebih suka memasak. Seiring dengan kesibukan yang tinggi, lebih memilih makanan siap saji. Sehingga peluang inilah yang ditangkap oleh Pebisnis kuliner". Selain itu juga karena urbanisasi yang cukup besar, Sehingga banyak pebisnis kuliner baru di Surabaya. Tetapi karena tidak diimbangi dengan skill dan kreatifitas yang cukup, akibatnya banyak pebisnis yang gulung tikar. Soebagyo menjelaskan, Pertumbuhan bisnis kuliner akan terus tumbuh. Karena ada berbagai celah untuk memenuhi kepuasan konsumen. Mulai dari kalangan kelas atas sampai bawah. Bisnis kuliner butuh kreativitas dan keuletan dalam menjalani bisnis ini.

Adanya perkembangan kepariwisataan ini banyak bermunculan Hotel dan Restoran untuk memenuhi dan meramaikan wisata dan meningkatkan industri pariwisata di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa dunia pariwisata merupakan peluang dan tantangan bagi dunia kepariwisataan. Dimana dari tingginya tingkat perkembangan dan banyaknya Hotel, Restoran dan Biro Perjalanan yang ada. Hal ini perlu adanya persediaan atau menciptakan konsumsi dan tempat belanja untuk Wisatawan yang berkunjung di tempat wisata untuk mendorong sarana dan prasarana wisata seperti Restoran dan Cafe. Faktor utama industri Restoran dan cafe ini prospek yang sangat bagus dan meningkat saat ini, dikarenakan mayoritas wisatawan Indonesia tidak lepas dengan namanya makanan. Bisnis wisata kuliner sangat marak di Indonesia. Bisnis Cafe dan Restoran di Surabaya mulai ramai, prospek prediksi kedepan sangat bagus. Pertumbuhan ekonomi yang telah meningkatkan kesejahteraan warga membuat kinerja para pelaku usaha Cafe dan Restoran terdongkrak. Kelas menengah yang terus tumbuh menjadi pasar utama Cafe dan Restoran. Hal ini dilihat dari masyarakat surabaya yang cenderung menyukai kuliner sehingga banyak bermunculan Cafe dan Restoran. Secara otomatis akan mesejahterakan masyarakat surabaya pada khususnya dimana sebagai peluang pekerjaan. Salah satu Cafe dan Restoran berkonsep seperti *servicecape*.

Menurut Kotler and Keller (2009 : 386), pengertian jasa (service) adalah “*Service is any activity or benefit that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or not be tied to a physical product*” Definisi tersebut dapat diartikan bahwa setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip tidak terwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terkait atau tidak terkait pada produk fisik.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010 : 175), “*Perception is defined as the process by which an individual selects, organize and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world. It can be described as how see the*

world around us". Dapat diartikan bahwa persepsi merupakan proses dimana seorang individu memilih, mengorganisir dan menerjemahkan informasi yang ia dapatkan untuk menciptakan gambaran atas sesuatu hal. Dimana persepsi tidak hanya timbul tergantung pada penampilan secara fisik, namun juga pada informasi tersebut dari lingkungan sekitarnya dan juga kondisi dari individu tersebut. Dan karenanya, masing-masing individu dapat memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang suatu hal yang sama.

Servicescapes adalah "*Refers to the servicecape as the built environment or more specifically, the man-made, physical surroundings as opposed to the natural or social environment*". Definisi tersebut dapat diartikan sebagai lingkungan spesifik yang dibuat manusia (lingkungan buatan) yang berusaha membuat seperti lingkungan alami.

(sumber : Jurnal Marry Jo Bitner)

Terdapat 3 (tiga) dimensi servicescapes, yaitu (1) ambient conditions; (2) spatial layout and functionality; dan signs, symbols and artifacts (bitner 1992)

1. Ambient condition

Ambient condition adalah kondisi internal yang dirasakan melalui panca indera konsumen ketika berada di dalam suatu tempat yang bisa mempengaruhi persepsi konsumen. Serupa dengan Bitner, Wrihstman dan Deaux (1981) berpendapat bahwa *Ambient conditions* adalah kualitas fisik dari keadaan yang mengelilingi individu seperti suara, cahaya. Warna, kualitas udara, *temperature*, dan kelembapannya. Yang diteliti dalam *Ambient conditions* adalah *temperature* yang berarti suhu (contoh: kualitas udara di ruangan kelas juga mempunyai pengaruh penting dalam pikiran, juga kualitas udara panas dapat membuat pikiran tidak karuan dan emosi pun meningkat), *lightning* yang berarti pencahayaan, *background noise* yang berarti suara di dalam tempat tersebut (contoh: suara konsumen lain, suara pengumuman, suara mesin, dan lain-lain), *music* yang berarti alunan musik, *scent* yang berarti aroma, *other customer* yang berarti sikap konsumen lain dan *color* yang berarti warna (contoh: pewarnaan dalam suatu ruangan akan mempengaruhi suasana hati individu yang berada di

dalam ruangan tersebut. Warna hijau dan biru membuat pikiran menjadi tenang dan nyaman). Untuk itu *Ambient condition* sangatlah penting dalam pengaturan kualitas fisik di dalam kehidupan.

2. *Spatial layout and functionality*

Spatial Layout merupakan tata letak dari mesin, peralatan, dan perabotan yang disusun sesuai dengan ukuran dan bentuk dari fasilitas-fasilitas dan ruang yang berhubungan diantaranya. Sedangkan *functionality* merupakan kemampuan fasilitas-fasilitas yang tersedia untuk memfasilitasi kinerja pencapaian tujuan. Tujuan dari lingkungan fisik adalah untuk memenuhi kebutuhan spesifik dari konsumen. *Spatial layout and functionality* adalah suatu cara pengaturan tata letak dari mesin, peralatan / perabotan beserta kemampuan fasilitas-fasilitas yang tersedia di suatu tempat untuk memfasilitasi kinerja dan pencapaian tujuan pelanggan yang dapat mempengaruhi mood pelanggan. Yang diteliti dalam *Spatial layout and functionality* adalah *arrangement of machinery, equipment and furnishing* yang berarti susunan mesin, peralatan, dan perabotan dan *the ability items to facilitate performance of goals* yang berarti kemampuan materi-materi untuk memfasilitasi kinerja untuk mencapai tujuan.

Spatial layout and functionality dari lingkungan fisik sangat penting bagi konsumen dalam pemberian jasa *self service*. Sebagai contoh, seperti fungsi dari mesin ATM, *self service restorans*, dan belanja internet adalah bagian yang sangat penting untuk keberhasilan dan kepuasan pelanggan. Jadi, *Spatial Layout and Functionality* ini dapat diukur melalui layout, perlengkapan/peralatan, dan perabotan yang dapat memberikan kesan bagi konsumen. (Harell dan Hunt 1976; Harell, Hutt, dan Andersin 1980; Hui dan Bateson 1990, 1991).

3. *Signs, Symbols and Artifacts*

Signs adalah petunjuk yang dapat mengarahkan dan memainkan peran penting dalam komunikasi untuk citra penyedia jasa. *Symbol* adalah mengkomunikasikan kepada konsumen makna tempat dan norma-norma

serta harapan untuk berperilaku di tempat itu. *Artifacts* adalah komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik dan menciptakan persepsi pelanggan.

Signs, Symbols and Artifacts dalam lingkungan fisik berfungsi sebagai sinyal berkomunikasi untuk pelanggannya (Becker 1977, 1981; Davis 1984; Werner 1985; Wineman 1982). *Signs, Symbols and Artifacts* sangat penting dalam membentuk kesan pertama, untuk berkomunikasi pada konsep layanan baru, untuk reposisi layanan, dan sebagai keunggulan kompetitif dimana pelanggan mencari isyarat-isyarat lain untuk membedakan dengan penyedia jasa lainnya.

Signs, Symbols and Artifacts dibagi menjadi dua, yaitu: *explicit* dan *implicit*. *Explicit* yang berarti tampak diukur melalui label (contoh: nama perusahaan, nama departemen), *directional* / tanda petunjuk (contoh: pintu masuk, pintu keluar), bisa juga sebagai *behavioral* / petunjuk komunikasi atas perilaku (contoh: dilarang merokok, dilarang memotret), *firm image* yang berarti gambaran perusahaan (contoh: restoran, bank, rumah sakit). *Implicit* yang berarti tidak tampak yang terdiri dari *professional image* yang berarti gambaran profesionalisme (contoh: kecepatan dalam bekerja, keramahan, kesopanan seragam karyawan).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah riset deskriptif murni, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai *servicescape* pada Stillrod Cafe & Resto. *servicescape* disini meliputi dimensi berupa *ambient conditions, spatial layout and functionality*, serta *signs, symbols and artifacts*.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *servicescape* pada Stillrod Cafe & Resto. Definisi operasional dari variabel penelitian *servicescape* adalah lingkungan Stillrod Cafe & Resto dimana lingkungan dibuat oleh manusia seperti lingkungan alami.

Pengukuran *servicecapes* dapat dilakukan melalui 3 elemen dimensi yaitu (a) *Ambient Conditions*, (b) *Spatial Layout and Functionality*, dan (c) *Sign; Symbol; and Artifact*.

Ambient conditions adalah persepsi konsumen terhadap kondisi internal yang dirasakan melalui panca indera konsumen ketika berada di dalam Stillrod Cafe & Resto. pengukuran dimensi ini melalui: (1) Penyinaran atau pencahayaan pada Stillrod Cafe & Resto cukup, (2) Kesejukan suhu udara di Stillrod Cafe & Resto sejuk, (3) Ketenangan suasana di Stillrod & Resto, (4) Kesesuaian alunan musik dengan suasana di Stillrod Cafe & Resto, (5) Keserasian warna ruangan di Stillrod Cafe & Resto.

Spatial Layout adalah persepsi konsumen terhadap cara pengaturan tata letak dari mesin, peralatan, dan perabotan pada Stillrod Cafe & Resto disusun sesuai dengan ukuran dan bentuk dari fasilitas-fasilitas dan ruangan yang berhubungan, yaitu *Functionality* merupakan persepsi konsumen terhadap kemampuan fasilitas-fasilitas yang tersedia di Stillrod Cafe & Resto untuk memfasilitasi kinerja dan pencapaian tujuan pada pelanggan. *Spatial layout and functionality* yang ada pada Stillrod Cafe & Resto dapat diukur melalui: (1) Kerapian penataan *layout* Stillrod Cafe & Resto, (2) Kesesuaian penggunaan perabot dengan tema Stillrod Cafe & Resto, (3) Kesesuaian ornamen fisik dengan tema Stillrod Cafe & Resto, (4) Keluasan parkir Stillrod Cafe & Resto.

Signs adalah persepsi konsumen terhadap petunjuk untuk mengarahkan dan merupakan peranan penting dalam komunikasi untuk citra restoran untuk memudahkan konsumen dalam menemukan fasilitas-fasilitas yang ada di Stillrod Cafe & Resto. *Symbols* adalah persepsi konsumen tentang makna tempat dan norma-norma serta harapan untuk berperilaku di Stillrod Cafe & Resto. *Artifacts* adalah komponen-komponen yang mempermudah pengenalan konsumen dan menciptakan persepsi pelanggan pada Stillrod Cafe & Resto.

Signs, Symbol and Artifact dibagi menjadi dua yaitu, explicit dan implicit. *Explicit* diukur melalui: (a) Kejelasan papan petunjuk nama Stillrod Cafe & Resto, (b) Kejelasan tanda petunjuk di Stillrod Cafe & Resto, (c) Kejelasan papan petunjuk komunikasi (seperti dilarang memotret), (d) Kesesuaian pakaian pelayan Stillrod Cafe & Resto tema restoran. *implicit* diukur melalui: (a) Keramahan pelayan Stillrod Cafe & Resto, (b) Kesopanan Pelayan Stillrod Cafe & Resto.

Dalam melakukan penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah “data primer” yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Target populasi dalam penelitian ini pelanggan yang pernah menggunakan jasa Stillrod Cafe & Resto. Dan mempunyai karakteristik populasi yaitu perempuan dan laki-laki yang berdomisili di Surabaya, pendidikan terakhir (SMA), dan pernah berkunjung di Stillrod Cafe & Resto minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* karena populasi penelitian ini tidak teridentifikasi (*unidentified population*) dimana peluang anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang tidak diketahui.

Oleh karena itu Peluang dari anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel berdasarkan keputusan peneliti. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada keputusan penelitian dalam mendapatkan responden.

Besarnya sampel diharapkan dapat mewakili populasi penelitian adalah 100 responden. Menurut Hair, *et al.* (2010:102) . “*The research generally would not factor analyse a sample of fewer than 50 observations, and, preferably the sample size should be 100 or larger.* Dikatakan bahwa pada penelitian, pada umumnya tidak akan menganalisa faktor sampel yang kurang dari 50 pengamatan, sebaiknya ukuran sampel yang dapat digunakan harus 100 orang atau lebih. Pada pemilihan penelitian ini jumlah kuesioner yang disebarkan 100 kuesioner. Kuesioner disebarkan pada konsumen

Stillrod Cafe & Resto yang berlokasi di kota Surabaya yang telah ditentukan sebelumnya.

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval. Kuesioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup (*close ended question*) yang berarti jawaban responden telah dibatasi dengan tersedianya alternatif jawaban. Aras interval yang digunakan berdasarkan skala *numerical scale*, yaitu skala yang meminta responden untuk memberikan penilaian pada serangkaian pertanyaan berkaitan dengan objek yang sedang diteliti yang masing-masing diukur dalam 7 skala jenjang. Pola yang diberikan adalah:

Tidak baik 1 2 3 4 5 6 7 **Baik**

Semakin besar angka maka menunjukkan semakin besar reaksi positif yang diberikan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner. Sebaliknya, semakin kecil angka, maka semakin negatif reaksi yang ditunjukkan oleh responden terhadap pernyataan dalam kuesioner.

Data untuk penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Menyusun kuesioner yang sesuai dengan topik penelitian, Membagi kuesioner pada konsumen yang sesuai dengan populasi dan sampel yang telah ditetapkan, Menjelaskan kepada responden apabila mengalami kesulitan, Responden mengisi kuesioner, Mengumpulkan kuesioner dan kemudian diseleksi untuk mengetahui layak atau tidak layak sebagai data penelitian ini, Mengolah dan menganalisis data yang telah terkumpul untuk kepentingan penelitian ini.

Metode yang digunakan untuk pengolahan data menggunakan Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan seberapa baik suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu konsep tertentu. Dan Uji Reliabilitas adalah kemampuan suatu instrumen menunjukkan kestabilan dan kekonsistenan didalam mengukur konsep. Data yang sudah diolah yang berupa hasil perhitungan *mean*, standar deviasi, koefisien variasi, langkah selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data yang dilakukan berupa

analisis kualitatif yakni mendeskripsikan hasil tampilan data dan hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan dikaitkan relevansi pada konsep-konsep yang telah dikemukakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Servicescape* dan *Servicescape Total* Stillrod Cafe & Resto

NO	Keterangan	Mean	S.dev	KV (%)
1	<i>Ambient conditions</i>	5,36	1,20	22,39
2	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	5,07	1,14	22,39
3	<i>Signs, symbols, and artifacts</i>	5,09	1,16	22,84
<i>Servicescape Total</i>		5,17	1,17	22,57

Sumber: data kuesioner, diolah

Tabel diatas, menunjukkan nilai rata-rata penilaian responden terhadap masing-masing dimensi *servicescape* maupun penilaian secara total keseluruhan. Pada tabel tersebut, responden memiliki penilaian baik terhadap *servicescape* yang ada di Stillrod Cafe & Resto. Berdasarkan nilai rata-rata penilaian responden secara keseluruhan terhadap *servicescape* yang ada di Stillrod Cafe & Resto yaitu sebesar 5,17, maka dapat dikatakan *servicescape* di Stillrod Cafe & Resto sudah cukup unik dan menarik. Tabel diatas juga menunjukkan nilai standar deviasi penilaian responden secara keseluruhan adalah sebesar 1,17.

Ditinjau dari tiap dimensi *servicescape* yang diteliti, tampak pada tabel 8, penilaian responden lebih tinggi pada dimensi *ambient conditions* dengan nilai rata-rata 5,36. Pada dimensi *signs, symbols, and artifacts* mempunyai nilai rata-rata 5,09. Penilaian yang lebih rendah tampak pada dimensi *spatial layout and funtionality* yaitu dengan rata-rata sebesar 5,07. Hal ini menunjukkan bahwa *ambient conditions* memberikan peranan terbesar dalam menentukan penilaian *servicescape* total pada Stillrod Cafe & Resto. Sedangkan, *spatial layout and funtionality* memberikan peranan

terkecil dalam menentukan pembentukan *servicescape* total pada Stillrod Cafe & Resto.

Ditinjau dari nilai koefisien variasi tiap dimensi, maka diketahui bahwa nilai koefisien variasi lebih tinggi ditunjukkan pada dimensi *signs, symbols and artifacts* sebesar 22,84%. Hal ini berarti bahwa distribusi penilaian responden terhadap dimensi *signs, symbols, and artifacts* lebih *heterogen* dibanding distribusi penilaian responden untuk dimensi yang lain. Sedangkan nilai koefisien varian lebih rendah ditunjukkan oleh 2 dimensi, yaitu: *ambient conditions* dan *spatial layout and functionality*, sebesar 22,39%. Hal ini berarti bahwa distribusi penilaian responden terhadap dimensi *ambient conditions* dan *spatial layout and functionality* lebih *homogen* dibanding distribusi penilaian responden untuk dimensi yang lain.

**Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan
Pada Dimensi *Servicescape***

DIMENSI	PERNYATAAN	MEAN	SD	KV(%)
<i>ambient condition</i>	Penyinaran atau pencahayaan pada Stillrod Cafe & Resto cukup	5.13	1.19	23.12
	Kesejukan suhu udara di Stillrod Cafe & Resto	5.54	1.35	24.40
	Ketenangan suasana di Stillrod Cafe & Resto	5.68	1.21	21.36
	Kesesuaian alunan musik dengan suasana Stillrod Cafe & Resto	5.89	1.05	17.88
	Keserasian warna ruangan di Stillrod Cafe & Resto	4.54	1.19	26.27
<i>Total ambient condition</i>		5.36	1.20	22.39
<i>spatial layout and functionality</i>	Kerapian penataan <i>layout</i> (tata letak) Stillrod Cafe & Resto	5.03	1.05	20.85
	Kesesuaian penggunaan perabotan dengan tema Stillrod Cafe & Resto	5.12	1.30	25.49
	Kesesuaian ornamen fisik (hiasan dinding) dengan tema Stillrod Cafe & Resto	5.99	1.05	17.52
	Keluasan tempat parkir di Stillrod Cafe & Resto	4.15	1.14	27.48
<i>Total Spatial, layout and functionality</i>		5.07	1.14	22.83
<i>signs, symbols, and artifacts</i>	Kejelasan papan petunjuk nama (<i>labels</i>) Stillrod Cafe & Resto	4.98	1.19	23.88
	Kejelasan tanda petunjuk (seperti pintu masuk, tempat parkir) Stillrod Cafe & Resto	4.99	1.29	25.87
	Kejelasan petunjuk komunikasi (seperti dilarang memotret) Stillrod Cafe & Resto	5.65	1.10	19.38
	Keserasian pakaian pelayan Stillrod Cafe & Resto tema restoran	3.79	0.94	24.68
	Keramahan pelayan Stillrod Cafe & Resto	5.36	1.20	22.43
	Kesopanan pelayan Stillrod Cafe & Resto	5.75	1.26	21.88
<i>Total Signs, Symbols and Artifacts</i>		5.09	1.16	22.84
Total	<i>SERVICESCAPE TOTAL</i>	5.17	1.17	22.54

Dari tabel diatas, dapat diketahui tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dalam dimensi-dimensi *servicescape*. Dilihat dari nilai rata – rata tiap pernyataan dari 5 pernyataan mengenai *ambient conditions* dari *servicescape* pada restoran Stillrod Cafe & Resto, maka diketahui pernyataan yang memiliki nilai rata-rata lebih tinggi adalah pernyataan “ Kesesuaian alunan musik dengan suasana Stillrod Cafe & Resto dengan rata-rata sebesar 5,89. Hal ini menunjukkan banyak responden menyukai alunan musik Stillrod Cafe & Resto. Pernyataan yang mendapat nilai rata-rata lebih rendah adalah pernyataan “ Keserasian warna ruangan di Stillrod Cafe & Resto ” dengan rata -rata sebesar 4,54. Ditinjau dari koefisien variasi dari setiap pernyataan, maka pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi lebih tinggi adalah pernyataan “ Keserasian warna ruang di Stillrod Cafe & Resto ” sebesar 26,27%. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap penilaian tersebut paling *heterogen* dibandingkan pernyataan lainnya yang ada di dimensi *ambient conditions*. Pernyataan yang memiliki nilai koefisien variasi lebih rendah adalah pernyataan “ Kesesuaian alunan musik dengan suasana Stillrod Cafe & Resto ” sebesar 17,88%. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden atas pernyataan tersebut paling *homogen* dibandingkan pernyataan lainnya yang terdapat di dimensi *ambient conditions*.

Pada dimensi *spatial layout and funtionality* dari *servicescape* pada Stillrod Cafe & Resto rata-rata responden memberikan penilaian baik. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata total tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan dimensi *spatial layout and funtionality* sebesar 5,07. Ditinjau dari nilai rata-rata tiap pernyataan, tampak pada tabel dari pernyataan yang ada mengenai dimensi *spatial layout and funtionality*, Pernyataan yang mendapat penilaian responden lebih tinggi adalah pernyataan “ Kesesuaian ornamen fisik (hiasan dinding) dengan tema Stillrod Cafe & Resto ” yaitu sebesar 5,99. Hal ini menunjukkan bahwa ornamen yang ada di

Stillrod Cafe & Resto sesuai dengan temanya yaitu industri inggris. Pernyataan yang mendapat penilaian lebih rendah adalah pernyataan “ Keluasan tempat parkir di Stillrod Cafe & Resto ” yaitu sebesar 4,15.

Ditinjau dari nilai koefisien variasi tiap pernyataan tentang dimensi *spatial layout and funtionality*, pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi lebih tinggi adalah pernyataan “ Keluasan tempat parkir di Stillrod Cafe & Resto ” yaitu sebesar 27,48%. Hal ini berarti bahwa penilaian responden terhadap pernyataan tersebut paling *heterogen* dibandingkan dengan pernyataan yang lain pada dimensi *spatial layout and funtionality*. Pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi lebih rendah adalah pernyataan “ Kesesuaian ornamen fisik (hiasan dinding) sesuai dengan tema Stillrod Cafe & Resto ” yaitu 17,52%. Hal ini berarti tanggapan responden atas pernyataan tersebut paling *homogen* dibandingkan dengan pernyataan yang lain pada dimensi *spatial layout and funtionality*.

Dimensi *signs, symbols, and artifacts* dari *servicescape* pada Stillrod Cafe & Resto, maka diketahui pernyataan yang memiliki nilai rata-rata lebih tinggi adalah pernyataan “ Kesopanan pelayan Stillrod Cafe & Resto ” dengan rata-rata sebesar 5,75. Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa sikap pelayan saat memberikan layanan sudah sopan. Pernyataan yang mendapat nilai rata-rata lebih rendah adalah pernyataan “ Keserasian pakaian pelayan Stillrod Cafe & Resto sesuai tema restoran ” dengan rata-rata sebesar 3,79.

Ditinjau dari koefisien variasi dari setiap pernyataan yang termasuk dalam *signs, symbols, and artifact*, maka pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi lebih tinggi adalah pernyataan “ Kejelasan tanda petunjuk (seperti: pintu masuk, tempat parkir) Stillrod Cafe & Resto ” sebesar 25,87%. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap penilaian tersebut paling *heterogen* dibandingkan pernyataan lainnya yang ada pada dimensi *signs, symbols, and artifacts*. Pernyataan yang memiliki nilai koefisien variasi lebih rendah adalah

pernyataan “ Kejelasan petunjuk komunikasi (seperti dilarang memotret) Stillrod Cafe & Resto ” sebesar 19,38%. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden atas pernyataan tersebut paling *homogen* dibandingkan pernyataan lainnya yang terdapat pada dimensi *signs, symbols, and artifacts*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa *servicecapes* yang dimiliki Stillrod Cafe & Resto Surabaya dinilai baik oleh pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan *servicecapes* pada Stillrod Cafe & Resto yang diukur pada 3 dimensi: *ambient conditions, spatial layout and functional*, dan *signs symbol, and artifact*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif, dengan rata-rata penilaian *servicecapes* total responden secara keseluruhan sebesar 5,17 (tabel 8). Ditinjau dari tiap dimensi *servicecapes* yang diteliti pada Stillrod Cafe & Resto, bahwa dimensi yang memiliki rata-rata penilaian tinggi yaitu *pada ambient conditions* dengan nilai rata-rata sebesar 5,36(tabel 10), dan *dimensi spatial layout and functionality* dengan nilai rata-rata sebesar 5,07(tabel 10), dan *sign, symbol, and artifacts* dengan nilai rata-rata sebesar 5,09(tabel 10).

Dimensi rata-rata yang diteliti pada Stillrod Cafe & Resto, maka diketahui bahwa *ambients conditions* yang memiliki rata-rata nilai tertinggi adalah pernyataan “ kesesuaian alunan musik dengan suasana Stillrod Cafe & Resto” sebesar 5,89. Pernyataan nilai rata-rata terendah “ Kecerahan warna ruangan di Stillrod Cafe & Resto” sebesar 4,54. Dimensi pada *signs symbol, and artifact* yang memiliki rata-rata nilai tertinggi kedua adalah pernyataan “ Kesopanan pelayanan Stillrod Cafe & Resto” sebesar 5,75. Pernyataan nilai rata-rata terendah “ Kesesuaian pakaian pelayan Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 3,79. Dimensi *spatial layout and functional* yang memiliki nilai rata-rata terkecil adalah pernyataan “

kesesuaian ornamen fisik (hiasan dinding) dengan tema Stillrod Cafe & Resto” sebesar 5,99. Pernyataan nilai rata-rata terendah “keluasan tempat parkir di Stillrod Cafe & Resto” sebesar 4,15.

Tanggapan responden terhadap dimensi dimensi *servicecapes* di Stillrod Cafe & Resto, maka dapat digambarkan berdasarkan profil responden dengan kategori jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan pada pernyataan dalam dimensi *ambients conditions, spatial layout and functionality, dan signs, symbols and artifact*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang positif terhadap Stillrod Cafe & Resto. Penilaian rata-rata tertinggi pada kategori jenis kelamin yaitu wanita sebesar 54 responden. Pada kategori usia memiliki penilaian rata-rata tertinggi yaitu usia 26-35 tahun. Penilaian rata-rata tertinggi pada kategori pendidikan terakhir yaitu SMA sebesar 49 responden. Pada kategori pekerjaan memiliki penilaian rata-rata tertinggi yaitu pegawai swasta sebesar 33 responden.

Dimensi rata-rata yang diteliti pada Stillrod Cafe & Resto, maka diketahui bahwa *ambient conditions* pada kategori jenis kelamin yaitu wanita yang memiliki rata-rata nilai tertinggi adalah pernyataan “Kesesuaian alunan musik dengan suasana Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,78. Pada dimensi *spatial layout and artifacts* memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “Kesesuaian ornamen fisik (hiasan dinding) dengan tema Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,96. Pada dimensi *signs, symbol and artifacts* memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “Kesopanan pelayanan Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,69.

Dimensi *ambient conditions* pada kategori usia yaitu usia 26-35 tahun yang memiliki rata-rata nilai tertinggi adalah pernyataan “Ketenangan suasana di Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,81. Pada dimensi *spatial layout and artifacts* memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “Kesesuaian ornamen (hiasan dinding) dengan tema Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,69. Pada dimensi *signs, symbol and artifacts*

memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “ Kesopanan pelayanan Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,81.

Dimensi *ambient conditions* pada kategori pendidikan terakhir yaitu SMA yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan “ Kesesuaian alunan musik dengan suasana Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,91. Pada dimensi *spatial layout and artifacts* memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “ Kesesuaian ornamen (hiasan dinding) dengan tema Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 6.00. Pada dimensi *signs, symbol and artifacts* memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “Kesopanan pelayanan Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,84.

Dimensi *ambient conditions* pada kategori pekerjaan yaitu pegawai swasta yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan “ Ketenangan suasana di Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,94. Pada dimensi *spatial layout and artifacts* memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “Kesesuaian ornamen (hiasan dinding) dengan tema Stillrod Cafe & Resto “ sebesar 5,88. Pada dimensi *signs, symbol and artifacts* memiliki rata-rata penilaian tertinggi adalah pernyataan “ Kejelasan petunjuk komunikasi (seperti dilarang memotret) “sebesar 5,76.

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dalam bab ini, maka dapat dikemukakan rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi beberapa bahan pertimbangan bagi Stillrod Cafe & Resto dalam menjalankan usahanya, berdasarkan pada dimensi *servicecapes* yaitu:

1. *Ambients conditions*

Berdasarkan dimensi *ambients conditions* ini, persepsi responden terhadap pernyataan “ Keserasian warna ruangan di Stillrod Cafe & Resto” memiliki nilai lebih rendah sebesar 4,54. Berdasarkan penilaian dan persepsi tersebut dapat direkomendasikan kepada pihak manajemen restoran agar lebih menonjolkan warna merah pada ruangan karena warna merah cenderung sesuai dengan tema yang diusung yaitu *autentic* London seperti: Phone Booth merah, bendera Britani Raya yang identik dengan warna merah memberikan kesan unik pada Stillrod Cafe & Resto.

2. *Signs symbol, and artifact*

Berdasarkan dimensi *signs symbol, and artifact* ini, persepsi responden terhadap pernyataan “Kesesuaian pakaian pelayan Stillrod Cafe & Resto” memiliki nilai lebih rendah sebesar 3,79. Berdasarkan penilaian dan persepsi tersebut dapat direkomendasikan kepada pihak manajemen restoran agar pakaian pelayan dibuat sesuai tema restoran yang diusung misalnya baju kerajaan London agar terlihat lebih unik apabila pelayan memakai pakaian khas London.

3. *Spatial layout and functionality*

Berdasarkan dimensi *spatial layout and functionality* ini, persepsi responden terhadap pernyataan “Keluasan tempat parkir di Stillrod Cafe & Resto” memiliki nilai lebih rendah sebesar 4,15. Berdasarkan penilaian dan persepsi tersebut dapat direkomendasikan kepada pihak manajemen restoran untuk mengatur tempat parkir di Stillrod Cafe & Resto. untuk memudahkan pelanggan ketika ingin parkir dan berkunjung di cafe serta tidak mengganggu kemacetan di jalan depan Stillrod Cafe & Resto.

DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, Mary Jo, 1992, Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employess. *Journal of Marketing*, Vol. 56 April, (57-71).
- Kotler, Philip, Kevin and Dartmouth, 2009, *Marketing Management*, Thirteenth Edition, Pearson Education International.
- Schiffman, Leon G., Kanuk L.L., Wisenblit, Joseph., 2010, *Consumer Behavior*, Tenth Edition, Pearson Prentice Hall.