

**Studi Deskriptif Penerapan *Servicescape*
Pada Rumah Makan Dapur Desa Surabaya Menurut Persepsi
Konsumen**

**Gana Sinata
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya
Email : Kaixa_boy@yahoo.co.id**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan penerapan konsep *Servicescapes* pada Rumah Makan Dapur Desa di Surabaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Setiap perusahaan secara sadar atau tidak memiliki lingkungan fisik yang dinilai oleh pelanggannya. Lingkungan fisik dapat bernilai positif atau negatif, tergantung bagaimana perusahaan membentuk lingkungan fisik tersebut di mata pelanggan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Deskriptif, dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu responden yang pernah makan di Rumah Makan Dapur Desa. Metode yang digunakan adalah *Statistik deskriptif* yang dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer *SPSS for Windows 18.00*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *Servicescapes* yang dimiliki oleh Rumah Makan Dapur Desa di Surabaya dinilai baik oleh pelanggan.

Kata Kunci : *Servicescapes*, Lingkungan fisik.

ABSTRACT

This research aims to identify and describe the application of servicescapes on Rumah Makan Dapur Desa Surabaya in perception by customers. Each company has consciously or not assessed by the servicescapes. Servicescapes can be positive or negative depending on how the company established its reputation in the eyes of customers.

This research use descriptive research, and with the type of quantitative approach. All the population of customers who had used the services Rumah Makan Dapur Desa. The method used is the descriptive statistics which was performed with SPSS for Windows 18.00.

The finding of this research indicate that servicescapes is owned by Rumah Makan Dapur Desa in Surabaya assessed both by customers and company are good.

Key Word : Servicescapes, Physical environment.

Pendahuluan

perkembangan yang terjadi saat ini pada industri jasa tumbuh sangat cepat seperti halnya perkembangan pemasaran berkenaan dengan produk nyata atau produk fisik, seperti mobil, rumah, peralatan dan jasa. Perkembangan kepariwisataan di Indonesia sekarang ini juga cukup pesat. Adanya kecenderungan dinamis dari para wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara untuk melakukan perjalanan wisata merupakan peluang sekaligus tantangan bagi pengembangan pariwisata, khususnya dari sisi penyedia (*supply side*) seperti usaha hotel, restoran, biro perjalanan wisata, dan sebagainya.

Meningkatnya jumlah perjalanan wisata, maka akan meningkatkan penciptaan konsumsi dalam negeri. Konsumsi atau belanja wisatawan tersebut menjadi faktor pendorong bagi pengembangan sarana dan prasarana wisata, salah satunya usaha restoran/rumah makan. Disisi lain, untuk dapat mengembangkan kegiatan pariwisata dalam hal ini perjalanan wisata, diperlukan jumlah restoran/rumah makan yang kuantitas dan kualitasnya cukup representatif bagi wisatawan. Bisnis rumah makan dan kuliner adalah sebuah contoh dari bagian sektor jasa dan sektor barang, yang berfokus pada kepuasan dari pelanggannya, Pelayanan yang diberikan oleh tempat makan tersebut dan kandungan fisik yang ada di dalamnya.

Persaingan bisnis terutama di bidang kuliner khususnya membuat para pengusaha bisnis kuliner berlomba-lomba untuk menciptakan sebuah kreasi tersendiri agar bisnisnya bisa berkembang dan sukses nanti kedepannya, salah satu caranya ialah dengan menciptakan ide-ide unik dalam nuansa restaurannya, misalnya ide restoran yang back to nature atau bernuansa alam biasanya menganut nuansa pedesaan dan tradisional.

Konsep tradisional di pilih oleh RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya karena di situsnya di jelaskan dalam sejarah RUMAH MAKAN DAPUR DESA bahwa Surabaya sebagai kota metropolitan di Jawa Timur telah mengalami pergeseran budaya. Hadirnya gedung pencakar langit, seakan menenggelamkan tradisi masyarakat desa. *Lifestyle* masyarakat pun berubah menuju modernisasi. Tidak hanya tradisi atau kultur budaya, tetapi juga dalam pemilihan makanan. *Servicescapes* adalah “ *Environment where service are provided and delivered by engaging customer and service provider*” ,yang artinya lingkungan dimana jasa

diberikan dan dihantarkan dengan melibatkan pelanggan dan penyedia jasa (Bitner, 1992; Zeithaml dan Bitner, 1996). *Servicescape* dapat diartikan lingkungan dimana jasa diproses dan dihantarkan.

Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah riset dekriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai *servicescape*. *Servicescape* disini akan diteliti melalui dimensi-dimensi yaitu; (1) *Ambient Conditions*, (2) *Spatial Layout and Functionality* , dan (3) *Signs; Symbols; and Artifacts*.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *servicescape*. Definisi operasional dari variabel penelitian *servicescape* RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya adalah lingkungan dimana jasa diberikan dan dihantarkan dengan melibatkan pelanggan dan penyedia jasa yaitu RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya.

Pengukuran *servicescape* dapat dilakukan melalui empat elemen, yaitu (1) *Ambient Conditions*, (2) *Spatial Layout and Functionality* , dan (3) *Signs; Symbols; and Artifact*.

Dalam melakukan penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah “data primer” yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Pembagian kuesioner ini dilakukan untuk memperoleh data secara langsung mengenai pendapat atau tanggapan responden berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut. Data primer tersebut diperoleh dari hasil pembagian atau penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa RUMAH MAKAN DAPUR DESA.

Target populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah menggunakan jasa RUMAH MAKAN DAPUR DESA. Dan mempunyai karakteristik populasi yaitu responden laki –laki maupun perempuan yang berdomisili di Surabaya, pendidikan terakhir, dan pernah makan di RUMAH MAKAN DAPUR DESA minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir. Pemilihan responden tersebut adalah agar informasi yang didapatkan untuk kebutuhan penelitian sesuai dengan kenyataan dan responden dianggap telah mampu memahami dan memberi tanggapan yang rasional dalam mengisi kuesioner.

Dalam penelitian ini, populasinya teridentifikasi secara jelas, sehingga sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, karena sudah ada kerangka sampel dengan syarat bahwa sampel yang diteliti adalah yang memenuhi karakteristik populasi yang telah ditetapkan sebagai pembatasnya. Banyaknya sampel yang diambil dari 100 responden melalui penyebaran kuesioner yang telah disusun.

Responden yang diambil sebagai sampel yaitu responden yang bertempat tinggal di Surabaya

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval. Aras interval yang digunakan berdasarkan skala *numerical scale*, yaitu skala yang meminta responden untuk memberikan penilaian pada serangkaian pertanyaan berkaitan dengan obyek yang sedang diteliti yang masing-masing diukur dalam 7 skala jenjang. Metode pengolahan data menggunakan: uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif frekuensi, presentasi diagram batang, dan tabulasi silang.

Hasil dan Pembahasan

Kuesioner-kuesioner yang disebarakan kepada para responden terdiri dari 14 pernyataan yang terbagi atas 3 elemen *Servicescapes*, yaitu *Ambient Conditions*, *Spatial Layout and Functionality*, dan *Signs; Symbols; and Artifacts* dengan memberikan penilaian antara skala 1 sampai dengan 7 yang dianggap sesuai, dimana masing-masing angka memiliki jarak yang sama antara yang satu dengan yang lain.

Data-data yang ada dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner, dimana banyaknya sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Hasil pada penyebaran kuesioner kemudian digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap responden yang merupakan pernah menggunakan jasa atau pernah mengunjungi RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya.

Kuesioner-kuesioner yang dibagikan kemudian dikumpulkan dan disortir untuk mendapatkan responden sesuai dengan target dan karakteristik yang telah ditetapkan di bab III yang sebelumnya.

Selanjutnya, pada bagian ini akan dilakukan pembahasan hasil tanggapan responden terhadap kuesioner bagian B yang berkaitan dengan elemen-elemen *Servicescapes*, yaitu *Ambient Conditions*, *Spatial Layout and Functionality*, dan *Signs; Symbols; and Artifacts*. Berdasarkan skala numerik yang digunakan, maka untuk dapat mengetahui penilaian responden terhadap penerapan *Servicescapes* pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya, data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan rumus statistik untuk mendapatkan nilai rata-rata (*mean*), deviasi standar (*standard deviation*), dan koefisien variansi (KV) untuk tiap pernyataan dari tiap elemen.

DATA TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PERNYATAAN YANG BERKAITAN DENGAN ELEMEN *AMBIENT CONDITIONS* DARI *SERVICESCAPES* RUMAH MAKAN DAPUR DESA DI SURABAYA

No	Pernyataan	Mean	Deviasi Standar	KV (%)
1	Kecukupan penyinaran atau pencahayaan pada Rumah Makan Dapur Desa Surabaya	4,86	1,08	22,27
2	Kesejukan udara di Rumah Makan Dapur Desa Surabaya.	5,11	1,10	21,52
3	Ketenangan suasana di Rumah Makan Dapur Desa Surabaya.	4,99	0,87	17,44
4	Kesesuaian alunan musik dengan suasana Rumah Makan Dapur Desa Surabaya.	5,41	1,04	19,32
5	Keserasian warna ruangan Rumah Makan Dapur Desa Surabaya	5,11	1,01	19,32
	Total	$\bar{X} = 5,09$	SD = 1,03	KV = 20,36

Sumber : Hasil Pengumpulan Data Kuesioner, diolah

Tabel 5 di atas menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan yang berkaitan dengan elemen *Ambient Conditions*. Berdasarkan tabel 5 diatas ini dapat dijelaskan bahwa responden menilai elemen *Signs; Symbols; and Artifacts* dari *Servicescapes* yang dijalankan oleh RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya adalah bagus. Hal ini ditunjukkan dengan

rata-rata total penilaian responden terhadap elemen *ambient conditions* yaitu sebesar 5,09 yang menunjukkan nilai diatas nilai 4. Jika dilihat dari nilai deviasi standar total, maka diketahui bahwa variasi tanggapan responden yang terjadi adalah sebesar 1,04.

Bila diamati dari rata-rata tiap pernyataan, dari 5 pernyataan yang ada mengenai elemen *Ambient Conditions* dari *Servicescapes* pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya, maka diketahui bahwa pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan “Kesesuaian alunan music dengan suasana RUMAH MAKAN DAPUR DESA” yaitu sebesar 5,41. Hal ini berarti responden banyak yang menyukai suasana alunan music tradisional pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya. Pada saat ditanyakan alasan para responden memberikan penilaian tinggi terhadap pernyataan tersebut, alasannya antara lain setelah melihat dan berkunjung pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya para responden menjadi menyukai nuansa alunan musik tradisional serta suasana yang ada pada tempat tersebut membuat pelanggan merasa lebih nyaman, tenang, dan sebagainya.

Sedangkan pernyataan yang mendapat penilaian dengan rata-rata terendah adalah pernyataan “Kecukupan penyinaran atau pencahayaan pada rumah makan dapur desa” yaitu sebesar 4,86. Meskipun demikian, penilaian responden tersebut masih menunjukkan bahwa penyinaran pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya masih cukup, karena rata-rata penilaian berada diatas angka 4.

Apabila ditinjau dari nilai koefisien variasi tiap pernyataan tentang elemen *Ambient Conditions*, pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi tertinggi adalah pernyataan “Kecukupan penyinaran atau pencahayaan pada rumah makan dapur desa” yaitu sebesar 22,27%. Hal ini berarti bahwa distribusi penilaian responden terhadap pernyataan tersebut paling *heterogen* dibandingkan dengan pernyataan yang lain pada elemen *Ambient Conditions*. Sedangkan pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi terendah adalah pernyataan “ketenangan suasana rumah makan dapur desa” yaitu sebesar 17,44%. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden atas pernyataan tersebut paling *homogen* dibandingkan dengan pernyataan-pernyataan lain pada elemen *Ambient Conditions*.

Tabel 6 berikut ini menampilkan hasil tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan elemen *Spatial Layout and Functionality*.

DATA TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PERNYATAAN YANG BERKAITAN DENGAN ELEMEN *SPATIAL LAYOUT AND FUNCTIONALITY* DARI *SERVICESCAPES* RUMAH MAKAN DAPUR DESA DI SURABAYA

No	Pernyataan	Mean	Deviasi Standar	KV (%)
6	Kesesuaian <i>layout</i> (tata letak) Rumah Makan Dapur Desa Surabaya.	4,85	1,03	21,41
7	Kegunaan perabotan sesuai dengan tema Rumah Makan Dapur Desa Surabaya.	5,22	0,89	17,13
8	Kesesuaian ornamen fisik (hiasan dinding) dengan tema Rumah Makan Dapur Desa	5,28	1,00	19,00
9	Keluasan lahan parkir di Rumah Makan Dapur Desa Surabaya	5,04	0,90	18,03
10	Kesesuaian penataan perabotan dengan ketersediaan ruangan	5,04	0,82	16,42
	Total	$\bar{X} =$ 5,08	SD = 0,94	KV = 18,61

Sumber : hasil pengumpulan kuesioner , diolah.

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat dijelaskan bahwa konsep elemen *Spatial Layout and Functionality* dari *Servicescapes* yang dijalankan oleh RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya dinilai responden baik. Hal ini ditunjukkan

dengan rata-rata total tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan elemen *Spatial Layout and Functionality* yaitu sebesar 5,08 yang menunjukkan nilai diatas 4. Jika ditinjau dari nilai deviasi standar, maka dapat dijelaskan bahwa variasi tanggapan responden yang terjadi adalah sebesar 0,94.

Ditinjau dari nilai rata-rata tiap pernyataan, tampak pada tabel 8 bahwa dari 5 pernyataan yang ada mengenai *Spatial Layout and Functionality*, pernyataan yang mendapat penilaian responden dengan rata-rata tertinggi adalah pernyataan “Kesesuaian ornament fisik(hiasan dinding) dengan tema rumah makan dapur desa” yaitu sebesar 5,28. Hal ini berarti bahwa ornament ornament atau hiasan dinding yang terdapat pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya dinilai sesuai oleh para responden. Pelanggan merasa bahwa RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya memberikan sensasi berbeda karena ornamen yang ada sesuai dengan nuansa tradisional yang ada di rumah makan tersebut. Sedangkan pernyataan yang mendapat penilaian dengan rata-rata terendah adalah pernyataan “Kesesuaian Layout (tata letak) pada rumah makan dapur desa” yaitu sebesar 4,85. Hal ini berarti bahwa dari pernyataan-pernyataan tentang elemen *Spatial Layout and Functionality*, pernyataan tersebut mendapat penilaian terendah tetapi masih dikatakan baik karena berada diatas angka 4.

Apabila ditinjau dari nilai koefisien variasi tiap pernyataan tentang elemen *Spatial Layout and Functionality*, pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi tertinggi adalah pernyataan “Kesesuaian Layout (tata letak) pada rumah makan dapur desa” yaitu sebesar 21,41%. Hal ini berarti bahwa distribusi penilaian responden terhadap pernyataan tersebut paling *heterogen* dibandingkan dengan pernyataan yang lain pada elemen *Spatial Layout and Functionality*. Sedangkan pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi terendah adalah pernyataan “Kesesuaian penataan perabotan dengan ketersediaan ruangan” yaitu sebesar 16,42%. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden atas pernyataan tersebut paling *homogen* dibandingkan dengan pernyataan-pernyataan lain pada elemen *Spatial Layout and Functionality*.

Tabel 7 berikut ini menampilkan hasil tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan elemen *Signs; Symbols; and Artifacts*. Pada tabel 7 dibawah ini dapat dilihat tanggapan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan elemen *Signs; Symbols; and Artifacts* pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya . Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa elemen *Signs; Symbols; and Artifacts* yang dijalankan oleh RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya dinilai responden baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan elemen *Signs; Symbols; and Artifacts* yaitu

sebesar 5,1. Sedangkan jika ditinjau dari nilai deviasi standar, maka dapat diketahui bahwa variasi tanggapan responden yang terjadi adalah sebesar 1,0.

DATA TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PERNYATAAN YANG BERKAITAN DENGAN ELEMEN SIGNS,SYMBOL AND ARTIFACT DARI *SERVICESCAPES* RUMAH MAKAN DAPUR DESA DI SURABAYA

No	Pernyataan	Mean	Deviasi Standar	KV
11	Kejelasan papan nama (<i>labels</i>) Rumah Makan Dapur Desa.	5,36	1,14	21,30
12	Kejelasan tanda petunjuk (seperti pintu masuk, tempat parkir) terlihat.	5,29	0,97	18,47
13	Kejelasan simbol dilarang memotret	4,84	1,08	22,50
14	Keunikan struktur bangunan	4,91	0,87	17,86
	Total	$\bar{X} = 5,1$	SD = 1,0	KV = 20,54

Sumber : Hasil Pengumpulan Data Kuesioner, diolah

Bila diamati dari rata-rata tiap pernyataan, dari 4 pernyataan yang ada mengenai elemen *Signs; Symbols; and Artifacts* dari *Servicescapes* pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya, maka diketahui bahwa pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan “Kejelasan papan nama (*labels*) Rumah Makan Dapur Desa” yaitu sebesar 5,36. Hal ini berarti responden banyak yang menyukai desain dari papan nama(*labels*) karena kejelasannya dan juga keunikan dari RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya. Pada saat ditanyakan alasan para responden memberikan penilaian tinggi terhadap pernyataan tersebut, alasannya antara lain karena jika papan nama dari RUMAH MAKAN DAPUR DESA tidak jelas dan warna dari papan nama kurang menarik maka pelanggan tidak akan mampu mengetahui atau mengenali RUMAH

MAKAN DAPUR DESA dan susah menemukannya terutama karena lokasinya berada di tengah kota yang rawan dengan kemacetan.

Sedangkan pernyataan yang mendapat penilaian dengan rata-rata terendah adalah pernyataan “kejelasan symbol dilarang memotret” yaitu sebesar 4,84. Meskipun demikian, penilaian responden tersebut masih menunjukkan bahwa petunjuk symbol tersebut masih di anggap jelas juga karena rata-rata penilaian berada diatas angka 4.

Apabila ditinjau dari nilai koefisien variasi tiap pernyataan tentang elemen *Signs; Symbols; and Artifacts*, pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi tertinggi adalah pernyataan “Kejelasan symbol dilarang memotret” yaitu sebesar 22,50%. Hal ini berarti bahwa distribusi penilaian responden terhadap pernyataan tersebut paling *heterogen* dibandingkan dengan pernyataan yang lain pada elemen *Signs; Symbols; and Artifacts*. Sedangkan pernyataan yang menunjukkan nilai koefisien variasi terendah adalah pernyataan “Keunikan struktur bangunan” yaitu sebesar 17,86%. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden atas pernyataan tersebut paling *homogen* dibandingkan dengan pernyataan-pernyataan lain pada elemen *Signs; Symbols; and Artifacts*.

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa *servicescapes* yang dimiliki oleh RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya dinilai baik oleh pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan *servicescapes* pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya yang diukur dari 3 elemen yaitu, *Ambient Conditions*, *Spatial Layout and Functionality*, dan *Signs; Symbols; and Artifacts* menunjukkan bahwa penilaian responden positif, dengan rata-rata penilaian responden secara keseluruhan sebesar 5,09. Ditinjau dari tiap elemen *Servicescapes* yang diteliti pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya, bahwa ada satu elemen yang memiliki rata-rata penilaian yang tertinggi yaitu pada elemen *Signs; Symbols; and Artifact* dengan nilai rata-rata yaitu sebesar 5,10.

Bila diamati dari rata-rata tiap pernyataan, dari 5 pernyataan yang ada mengenai elemen *Ambient Conditions* dari *Servicescapes* pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya, maka diketahui bahwa pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan, “Kesesuaian alunan musik dengan suasana RUMAH MAKAN DAPUR DESA” sedang yang memiliki pernyataan terendah adalah pernyataan “kecukupan penyinaran atau pencahayaan pada Rumah Makan Dapur Desa Surabaya”, dan dari 5 pernyataan yang ada mengenai *Spatial Layout and Functionality*, pernyataan yang mendapat penilaian responden dengan rata-rata tertinggi adalah pernyataan pernyataan “Kesesuaian ornament fisik(hiasan dinding) dengan tema RUMAH MAKAN DAPUR DESA” sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah pada pernyataan “Kesesuaian *Layout* (tata letak) Rumah Makan Dapur Desa Surabaya”, serta dari 4 pernyataan yang ada mengenai *Signs; Symbols; and Artifacts* maka nilai rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Kejelasan papan nama (*labels*) Rumah Makan Dapur Desa”, sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Kejelasan symbol dilarang memotret”..

B. Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dalam bab ini, maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi RUMAH MAKAN DAPUR DESA Surabaya dalam menjalankan usahanya, antara lain :

1. Berkaitan dengan elemen *Ambient Conditions*, RUMAH MAKAN DAPUR DESA hendaknya tetap mempertahankan bahkan meningkatkan masalah “Kecukupan penyorotan atau pencahayaan pada rumah makan dapur desa” . Karena penyorotan dan pencahayaan ruangan sangat berpengaruh dalam proses penyediaan jasa. Biasanya pelanggan merasa nyaman berada lama ditempat makan karena didukung oleh penyorotan dan pencahayaan yang baik. Sebaiknya pihak RUMAH MAKAN DAPUR DESA menambah lagi penyorotan pencahayaannya agar bisa lebih terang dari sebelumnya,tapi tetap dengan pengaturan yang tepat juga.
2. Berkaitan dengan elemen *Spatial Layout and Functionality*, RUMAH MAKAN DAPUR DESA menata ulang *layout* pada RUMAH MAKAN DAPUR DESA. Karena *layout* ini sendiri merupakan kekuatan bagi RUMAH MAKAN DAPUR DESA yang membuat diferensiasi dari pesaing yang ada. Sebaiknya pihak RUMAH MAKAN DAPUR DESA mendesain *layout* dengan lebih menarik lagi.
3. Berkaitan dengan elemen *Signs; Symbols; and Artifact*, RUMAH MAKAN DAPUR DESA mengganti symbol dengan gambar yang lebih jelas dan mudah di mengerti mengenai “Kejelasan simbol dilarang memotret”. Karena agar konsumen dapat lebih mudah melihat dan mengerti simbol tersebut dan tidak sembarang orang dengan mudah mendokumentasikan kondisi RUMAH MAKAN DAPUR DESA tanpa seizin dari manajemen RUMAH MAKAN DAPUR DESA

Daftar Pustaka

- Schiffman, Leon G., Kanuk L.L., 2010, *Consumer Behavior: Global Edition, Tenth Edition*, Pearson Prentice Hall.
- Sujatno, A. Bambang., 2011, *HOSPITALITY: Secret Skill, Attitude, and Performances for Restaurant Manager*, edisi pertama, Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Yuksel, Atila and Yuksel, Fisun. (2002). *Measurement of Tourist Satisfaction With Restaurant Services: A Segment-Based Approach, Journal of Vacation Marketing Vol. 9 No. 1*, Henry Stewart Publications.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner M.J., Gremler Dwayne D., 2004, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Fifth Edition*, McGraw Hill International

- Cockril, A., Goode, M., and Emberson, D., 2008, *Servicescape Matters – or does it? : The Special Case of Betting Shops*, *Journal of Marketing Intelligence & Planning Vol. 26 No.2*, Emerald Group Publishing Limited.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2012, *Marketing Management: Global Edition, Fourteenth Edition*, Pearson Education Limited, Prentice Hall, United States of America.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary, 2012, *Principles of Marketing: Global Edition, Fourteenth Edition*, Pearson Education Limited, Prentice Hall, United States of America.
- Lovelock, C., Wirtz J., Keh H.T., and Lu X., 2005, *Service Marketing In Asia, Second Edition*, Prentice Hall.
- Marsum, W.A., 2000, **Restoran dan Segala Permasalahannya**, Edisi Ketiga, Cetakan Kesatu, Yogyakarta, PT. ANDI.
- Rosenbaum, Mark S and Masiah, Carolyn. (2011). *An Expanded Servicescape Perspective. Journal of Service Management Vol. 22 No. 4*, Emerald Group Publishing Limited.
- Solihati, D., Aris, R., dan Risvan, 2011, **Semaraknya Bisnis Kuliner**, Majalah SWA, edisi XXV11 : 8-9 September.
- Kulinologi, Indonesia, 2011, **Jamuan khas Kafe Betawi**, diunduh Desember 2012, dari <http://kulinologi.biz/index1.php?view&id=918>.
- Nusantara, Bina, Universitas, 2012, **BAB 2 LANDASAN TEORI**, diunduh Oktober 2012, dari <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/2012-1-00389-mc%202.pdf>.
- Nusantara, Bina, Universitas, 2012, **BAB II KERANGKA TEORITIS**, diunduh Oktober 2012, dari http://repository.upi.edu/operator/upload/s_10351_0608187_chapter2.pdf.
- Pendidikan, Indonesia, Universitas, 2012, **BAB II Kajian Pustaka**, diunduh Oktober 2012, dari http://repository.upi.edu/operator/upload/s_psi_0703880_chapter2.pdf.

- Petra, Kristen, Universitas, 2009, **Pendahuluan**, diunduh Oktober 2012, dari http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?submit_x=25&submit_y=15&page=2&qual=high&submitval=prev&fname=%2Fjiunkpe%2Fs1%2Fhitl%2F2009%2Fjiunkpe-ns-s1-2009-33404076-12124-kahyangan-chapter1.pdf
- Bisnis dan Potensinya, 2012, **Pentingnya Menawarkan Beragam Inovasi Dalam Usaha Kuliner**, diunduh Oktober Oktober 2012, dari <http://www.hummingbirdjewellers.com/2012/11/pentingnya-menawarkan-beragam-inovasi-dalam-usaha-kuliner/>.
- Carapedia, 2012, **Pengertian dan Definisi Karyawan**, diunduh Oktober 2012, dari http://carapedia.com/pengertian_definisi_karyawan_info2145.html
- Firmansyah, Hilman, 2010, **SEBARAN WILAYAH USAHA : Peluang Usaha Rumah Makan/Restoran**, diunduh Mei 2012, dari <http://binaukm.com/2010/05/sebaran-wilayah-usaha-peluang-usaha-rumah-makan-restoran/>.
- Firmansyah, Hilman, 2010, **Definisi Rumah Makan dan Restoran : Pelaung Usaha Rumah Makan**, diunduh Mei 2012, dari <http://binaukm.com/2010/05/definisi-rumah-makan-dan-restoran-pefaung-usaha-rumah-makan/>.
- Heiskala, Mikko, 2007, *What is a Service?*, diunduh Oktober 2012, dari <http://ebookbrowse.com/t-86-5300-what-is-a-service-heiskala-12032007-part-i-pdf-d108426494>.
- Kikiainulpemasaran, 2012, **Pemasaran Jasa**, diunduh Oktober 2012, dari <http://kikiainulpemasaran.wordpress.com/2012/12/18/pemasaran-jasa/>.
- Koran, Jakarta, 2011, **Industri Makanan Makin Berkibar**, diunduh Agustus 2012, dari <http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/75353>.
- Puryadi, Awan, 2011, **Kuliner dan Hasil Panen**, diunduh Mei 2012, dari <http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2011/03/22/kuliner-dan-hasil-panen/>.

- Rahayu, Ginintasasi, 2012, **INTERAKSI SOSIAL**, diunduh Oktober 2012, dari http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PSIKOLOGI/195009011981032-RAHAYU_GININTASASI/INTERAKSI_SOSIAL.pdf.
- Suprpto, H., Rini, E.S., 2009, **Orang Surabaya dan Medan Jarang Sarapan**, diunduh Oktober 2012, dari http://fokus.news.viva.co.id/news/read/46344orangsurabayadan_medan_jarang_sarapan.
- Traveler, East Java, 2009, **Refleksi Dua Budaya di Dream of Kahyangan**, diunduh Oktober 2012, dari <http://www.eastjavatraveler.com/refleksi-dua-budaya-di-dream-of-kahyangan/>.
- Viva, News, 2009, **Pilih Restoran, Konsumen Tak Persoalkan Harga**, diunduh Agustus 2012, dari http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/46322pilih_restoran_konsumen_tak_persoalkan_harga.
- Wulansari, Eka, 2007, **Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum**, diunduh Oktober 2012, dari <http://www.scribd.com/doc/55710749/14/Pengertian-Pelanggan>.