

PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN GEPREK BENSU PALU

Dian Firdaus

Maskuri Sutomo

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Dianfirdaus020220@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Bensus Palu. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* yang terdiri dari kondisi lingkungan sekitar (*ambient conditions*), tata ruang dan fungsi (*spatial layout and functionality*), serta petunjuk, simbol dan benda artefak (*sign, symbol and artifacts*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Bensus Palu.

Kata Kunci: *Servicescape*, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research aims to find out the influence of servicescape on customer satisfaction at Geprek Bensus Palu restaurant. This type of research is descriptive quantitative. number of samples as many as 80 respondents using purposive sampling techniques. The data analysis method used in this study is the Multiple Linear Regression Analysis method. The results showed that the servicescape consisting of ambient conditions, spatial layout and functionality, as well as instructions, symbols and artifacts simultaneously had a significant effect on customer satisfaction at Geprek Bensus Palu restaurant

Keywords: *Servicescape*, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner saat ini tumbuh semakin pesat dan sangat berpengaruh terhadap perekonomian Nasional, mulai dari industri makanan dan minuman (*food and beverage*) atau restoran dan café. Salah satu contohnya gaya hidup instan masyarakat, yang terwujud dalam dunia kuliner. Gaya hidup modern menjadi budaya populer saat ini, dimana masyarakat Indonesia banyak disugahi pangan dengan cepat saji.

Budaya bersantai di café dan Rumah Makan menjadi kebiasaan masyarakat yang tanpa disadari hal tersebut merupakan pengaruh dari globalisasi. Café dan rumah makan merupakan gaya hidup remaja masa kini. Setelah jam pelajaran, diantara jam kuliah, bahkan sepulang jam kantor, remaja dan kaula muda cenderung menghabiskan waktu mereka dengan berkumpul di café ataupun di rumah makan.

(Tjiptono, 2014:38) Mendefinisikan fasilitas fisik perusahaan pada hakikatnya “membungkus” atau “mengemas” jasa yang ditawarkan dan mengkomunikasikan citra eksternal tentang apa yang ada didalamnya kepada pelanggan. Kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pelanggan juga memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan pelanggan khususnya pada jasa pada tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan manusia dalam prosesnya. *Servicescape* sangat penting untuk diterapkan didalam dunia bisnis kuliner, karena dengan adanya *servicescape* maka konsumen akan menemukan kepuasan dan kenyamanan tersendiri didalamnya.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha adalah layanan lingkungan fisik (*servicescape*) berupa kebersihan lingkungan, pencahayaan yang tepat, karyawan yang ramah, komponen estetika dan pengaturan interior yang menarik. Model *servicescape* terdapat tiga dimensi pembentuk *servicescape* yang terdiri dari kondisi sekitar, ruang dan fungsi, serta tanda, simbol, artefak.

Banyaknya alternatif rumah makan yang berada di Kota Palu tentu meningkatkan intensitas persaingan usaha pariwisata kuliner di kota ini. Semakin banyaknya rumah makan di Kota Palu, menuntut para pengelola rumah makan harus lebih kreatif dalam menampilkan konsep rumah makan yang menarik dan menu beragam untuk dapat menarik minat konsumen. Pengusaha dituntut untuk dapat mendesain rumah makannya agar menciptakan konsep rumah makan yang unik dan menarik serta mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menarik perhatian dan menciptakan kepuasan konsumen sehingga terbentuk sebuah atmosfer (suasana) lingkungan fisik rumah makan yang nyaman dan dapat memberikan kepuasan konsumen.

Berkaitan dengan uraian di atas maka penulis menentukan obyek penelitian pada restoran Geprek Benu Palu, dimana untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan waralaba lainnya serta untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka perusahaan perlu menggunakan program pemasaran atau strategi yang ampuh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Geprek Benu. Salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menerapkan strategi lingkungan fisik (*servicescape*). Berdasarkan uraian di atas penulis juga dapat menentukan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel *servicescape* secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu, mengetahui pengaruh kondisi sekitar terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu, mengetahui pengaruh ruang dan fungsi terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu, dan mengetahui pengaruh simbol terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode konfirmatif, karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian/konfirmasi (Sugiyono, 2015: 12).

Dengan demikian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember-Februari di Restoran Geprek Benu Jalan Setia Budi No.71, Talise Kecamatan Palu Timur Kota Palu. Restoran ini dipilih secara sengaja (*Purposive*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sedang berkunjung dan mengkonsumsi ayam geprek di rumah makan geprek benu palu dan peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 20 x 4 adalah 80 responden. Dengan ini, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang responden yang memenuhi karakteristik sampel.

Didalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui, maka cara menentukan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana *purposive sampling* didasarkan pada penilaian beberapa karakteristik anggota sampel yang disamakan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel yang digunakan, dalam penelitian Responden berusia minimal 17 tahun, sudah pernah mengkonsumsi dan berkunjung langsung minimal 3 kali pada rumah makan Geprek Benu Palu dan yang bersedia menjadi responden.

Penelitian ini menggunakan alat pengukuran skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2013:93) menyatakan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya (Sugiyono, 2015:250).

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen,

bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (Sugiyono, 2018:305). Regresi Linear Berganda ditetapkan berdasarkan rumus sugiono (2018:306) berikut ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \dots + b_n X_n \tag{1}$$

Dimana:

- Y = Variabel *dependen*
- X₁-X_n = Variabel *Independen*
- a = Konstanta (*Intercept*)

Selanjutnya formulasi tersebut diatas apabila diterapkan dalam model penelitian ini, Nampak sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \tag{2}$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- X₁ = Variabel Kondisi Lingkungan Sekitar
- X₂ = Variabel Ruang dan Fungsi
- X₃ = Variabel Petunjuk, Simbol, dan benda artefak
- a = Konstanta (*Intercept*)
- b₁ – b₃ = Koefisien Regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang telah diusulkan, yaitu variabel dependen (bebas) yang mencakup kondisi lingkungan sekitar (X1), tata ruang dan fungsi (X2), dan petunjuk, simbol, dan benda artefak (X3) secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu. tentang hal tingkatan kepercayaan yang dipakai dalam penelitian ini untuk menghitung pengaruh dengan menggunakan alat regresi linear berganda adalah tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan tingkat signifikan ($\alpha=0,05$). Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dependen Variabel Y = Kepuasan Pelanggan					
Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	T	Sig
	B	Standar Error	Beta		
Constanta	0,125	0,534		0,233	0,816
Kondisi lingkungan sekitar (X ₁)	0,279	0,133	0,211	2,093	0,040
Tata ruang dan fungsi (X ₂)	0,333	0,134	0,264	2,482	0,015
Petunjuk, simbol dan benda artefak (X ₃)	0,388	0,120	0,344	3,228	0,002
Multiple R =	0,678		Sig. F = 0,000		
R Square (R ₂) =	0,460				

Sumber: Data, diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1, didapatkan bentuk persamaan regresi linear berganda, bentuk persamaan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = 0,125 + 0,279 X_1 + 0,333 X_2 + 0,388 X_3 \quad (3)$$

Persamaan Regresi Linear Berganda memiliki nilai konstanta yaitu sebesar 0.125, yang merupakan nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) ketika semua nilai koefisien regresi dari variabel; kondisi lingkungan sekitar (X_1), tata ruang dan fungsi (X_2), dan petunjuk, simbol dan benda artefak (X_3) bernilai nol.

Nilai koefisien regresi variabel kondisi lingkungan sekitar (X_1) adalah sebesar 0.279 terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) artinya jika kondisi lingkungan sekitar mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan pelanggan pada Geprek Benu mengalami peningkatan sebesar 0,272 atau 27,2%. Nilai koefisien regresi variabel tata ruang dan fungsi (X_2) adalah sebesar 0,333 terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) artinya jika tata ruang dan fungsi mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan pelanggan pada Geprek Benu mengalami peningkatan sebesar 0,333 atau 33,3%, sedangkan Nilai koefisien regresi variabel petunjuk, simbol dan benda artefak (X_3) adalah sebesar 0,388 terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) artinya jika petunjuk, simbol dan benda artefak mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan pelanggan pada Geprek Benu mengalami peningkatan sebesar 0,388 atau 38,8%.

Nilai beta dapat dilihat bahwa variabel independen (X) yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen (Y) adalah variabel petunjuk, simbol dan benda artefak (X_3) karena variabel tersebut memiliki nilai beta sebesar 0,388, sehingga disimpulkan bahwa faktor petunjuk, simbol dan benda artefak pada Geprek Benu merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat pengaruh hasil uji determinasi R Square (R^2) sebesar 0,460 yang berarti bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari kondisi lingkungan sekitar (X_1), tata ruang dan fungsi (X_2), serta petunjuk, simbol dan benda artefak (X_3) mempunyai pengaruh secara bersamaan 46% terhadap kepuasan pelanggan/variabel dependen, sedangkan sisanya ($100\% - 46\% = 54\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Adapun hubungan antara variabel independen yaitu *servicescape* terhadap variabel dependen/kepuasan pelanggan mengkonsumsi dan berkunjung di Geprek Benu Palu dapat dilihat pada nilai Multiple R sebesar 0,678 atau 67,8% yang berarti mendekati 1 yang berarti bahwa hasil tersebut menunjukkan secara keseluruhan variabel bebas (*servicescape*) berhubungan cukup erat terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan)

Pembahasan

Pengaruh Kondisi Lingkungan Sekitar Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian hasil statistik menyimpulkan bahwa variabel independen yaitu kondisi lingkungan sekitar berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen/kepuasan pelanggan di Geprek Benu Palu. Jadi kondisi lingkungan yang ada di Geprek Benu Palu sangat baik, sehingga membuat pelanggan merasa nyaman dan puas saat berada dalam lingkungan Geprek Benu Palu.

Kondisi lingkungan sekitar menjadi hal salah satu yang sangat penting dalam *Servicescape* untuk memenuhi tujuan tertentu dan memenuhi kepuasan pelanggan. Agar pelanggan merasa sangat nyaman dan puas kondisi lingkungan sekitar yang meliputi suhu udara, kebisingan, musik, aroma ruangan, tata cahaya dan warna harus sangat diperhatikan oleh pihak perusahaan agar terciptanya kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Adapun tanggapan responden bahwa kondisi lingkungan sekitar rumah makan geprek benu bagus. Hal ini karena pada rumah makan geprek benu memiliki pencahayaan yang sangat bagus, interior yang sederhana dengan tambahan warna dinding cerah dan menarik membuat para pelanggan merasa nyaman pada saat berada di dalam ruangan geprek benu serta suhu udara yang sejuk dan aroma di dalam rumah makan geprek benu yang menyegarkan. Namun untuk alunan musik di geprek benu masih rendah karena di geprek benu tidak selalu terdengar adanya alunan musik di setiap harinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang telah dilakukan oleh Indah dkk (2018) yang menyatakan bahwa variabel *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 39,5%, dan sisanya 60,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitiannya.

Pengaruh Tata Ruang dan Fungsi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian hasil statistik menyimpulkan bahwa variabel independen yaitu Tata Ruang dan Fungsi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen/kepuasan pelanggan di Geprek Benu Palu, jadi tata ruang dan fungsi yang ada di Geprek Benu Palu sangat baik, sehingga membuat

pelanggan merasa nyaman saat makan karena penyusunan meja, kursi, dan peralatan interior sudah di tata dengan sangat baik sehingga terkesan tidak sempit dan leluasa sehingga mempermudah pelanggan menuju ke tempat pemesanan/kasir. Tata letak ruangan dan fungsionalitas merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan performa transaksi layanan. Tata letak ruangan dan fungsionalitas menciptakan *servicescape visual* dan fungsional sehingga penghantaran dan konsumsi layanan biasa terjadi.

Adapun tanggapan responden bahwa tata ruang dan fungsi di rumah makan geprek benu sudah rapih. Hal ini karena pada rumah makan geprek benu memiliki tata letak perabotan meja dan kursi telah di susun dengan rapih, tata letak peralatan serta tata letak ruang yang mempermudah pelanggan untuk pergi ke tempat pemesanan ataupun kasir namun pada lokasi parkir yang ada pada rumah makan geprek benu kurang memadai karena pelanggan yang memakai roda empat harus memarkir kendaraanya di bahu jalan atau badan jalan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pratama & Setyorini (2015) yang menyatakan bahwa *servicescape* yang dihasilkan dari dimensi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 74,6%. Faktor yang paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di kafe ini adalah *Spatial Layout and Functionality*.

Pengaruh petunjuk, simbol dan tanda artefak terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan pengujian hasil statistik menyimpulkan bahwa variabel independen yaitu petunjuk, simbol dan benda artefak (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen/kepuasan pelanggan di Geprek Benu Palu, dengan ini membuktikan sudah sangat terbantu dengan menemukan apa yang mereka cari dalam ruangan Geprek Benu seperti tanda ke toilet/pencuci tangan dan sangat mudah untuk menemukan rumah makan Geprek Benu karena papan nama perusahaan yang terlihat begitu jelas dengan gambar ayan dan artis pendirinya yaitu Ruben Onsu.

Sinyal atau simbol adalah salah satu bagian dalam lingkungan jasa yang merepresentasikan (mengomunikasikan) citra perusahaan, karena perusahaan harus berusaha mengarahkan konsumen dalam proses layanan/jasanya dengan cara yang sangat halus, melauai cara yang intuitif, melalui simbol dan sinyal-sinyal yang ada pada lokasi penyampaian jasa (Lupiyoadi, 2013:125).

Tantangan bagi para perancang *servicescape* adalah menggunakan tanda, simbol, dan artefak untuk memandu pelanggan secara jelas saat proses penghantaran jasa berlangsung dan untuk mengajarkan naska layanan seintuitif mungkin. Tugas ini memainkan peran penting dalam situasi dimana terdapat banyak pelanggan baru atau jarang yang datang atau adanya fitur dimana hanya ada sedikit atau bahkan tidak ada pegawai jasa yang siap mendampingi pelanggan selama proses layanan berlangsung.

Adapun tanggapan responden bahwa petunjuk, simbol dan benda artefak rumah makan Geprek Benu bagus. Hal ini karena pada rumah makan geprek benu memiliki papan nama yang terlihat jelas oleh konsumen, penempatan tempat cuci tangan yang mudah di jangkau, serta hiasan-hiasan menarik dan dekorasi unik yang berada dirumah makan geprek benu

Penelitian yang saya lakukan sejalan dengan yang telah dilakukan Widyaningtyas (2016) yang menyatakan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* (tata letak navigasi, kebersihan, kenyamanan tempat duduk, dekorasi interior, dan suasana) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang saya dapatkan, maka diperoleh kesimpulan perihal pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu adalah *Servicescape* yang terdiri dari variabel kondisi lingkungan sekitar, ruang dan fungsi, serta petunjuk, simbol dan benda artefak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu, Kondisi lingkungan sekitar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu. Ruang dan fungsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu dan Petunjuk, simbol dan benda artefak sekitar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Geprek Benu Palu.

DAFTAR RUJUKAN

- Indah, D. R., Maulida, Z., & Amanda, M. R. (2018). Pengaruh Serviscape terhadap Kepuasan Konsumen di D'Barista Coffee Langsa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 2(2), 108-116.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi* (3rd ed.). Jakarta: Salemba empat.
- Pratama, M. P., & Setyorini, R. (2015). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung. 9. *e-Proceeding of Management*. 2(1), 749
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Widyaningtyas, N. (2016). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Saboten Shokudo (Studi Kasus Pada Rumah Makan Saboten Shokudo Jalan Dieng Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 3(2), 8.