ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Crossref, Garuda, Google Scholar, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v3i5.1584

PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN TAMU MENGINAP DI FAVE HOTEL OLO PADANG

Audria Hani Putri & Nidia Wulansari
Universitas Negeri Padang
nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id

Abstract

This research was conducted due to guest dissatisfaction with the physical conditions at Favehotel Olo Padang. This research was conducted with the aim of assessing the extent to which the service environment at Favehotel Olo Padang affects the level of guest satisfaction. This study used a causal associative quantitative approach, in which the research sample consisted of 204 guests who had and are currently staying at Favehotel Olo Padang with an age of more than 17 years. Data analysis was performed using binary logistic regression method. The results showed that the servicescape variable had an effect of 10.9% on the level of guest satisfaction, while other variables not examined in this study had an effect of 89.1%. According to the hypothesis test, guest satisfaction at Fave Hotel Olo Padang is strongly influenced by the servicescape. The statistical test results showed that the null hypothesis (H0) was accepted and the alternative hypothesis (Ha) was rejected, with a chi-square table value of 7.814, a significance value of 0.452, and a chi-square value of 124.598.

Keywords *: Influence, Servicescape, Guest Satisfaction*

Abstrak : Penelitian ini dilakukan karena adanya ketidakpuasan tamu terhadap kondisi fisik yang ada di Favehotel Olo Padang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menilai sejauh mana lingkungan layanan di Favehotel Olo Padang mempengaruhi tingkat kepuasan tamu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal, di mana sampel penelitian terdiri dari 204 tamu yang pernah dan sedang menginap di Favehotel Olo Padang dengan usia lebih dari 17 tahun. Analisis data dilakukan dengan metode regresi logistik biner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel servicescape memiliki pengaruh sebesar 10,9% terhadap tingkat kepuasan tamu, sementara variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 89,1%. Menurut uji hipotesis, kepuasan tamu Fave Hotel Olo Padang sangat dipengaruhi oleh servicescape. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak, dengan nilai chi-square tabel 7.814, nilai signifikansi 0.452, dan nilai chi-square 124.598.

Kata Kunci : Pengaruh, Servicescape, Kepuasan Tamu

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

PENDAHULUAN

Hotel adalah bisnis jasa dan tujuan utamanya adalah untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Pelayanan terbaik harus diberikan kepada pelanggan, baik yang menginap di sana maupun sekedar membeli produk dari hotel tersebut (Susepti et all., 2017). Kota Padang adalah salah satu pusat penghasil hotel terbesar di Sumatera Barat. Banyak hotel di Kota Padang meningkatkan persaingan di industri perhotelan. Dalam memasarkan produk hotel kepada tamu, manajer dan staf hotel harus mempertimbangkan tingkat kepuasan tamu. Kepuasan tamu sangat penting bagi bisnis, terutama bagi industri perhotelan yang ingin mempertahankan loyalitas tamu (Yuliantina & Siswhara, 2016). Kepuasan pelanggan terjadi ketika hasil yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Jika hasil di bawah harapan, pelanggan cenderung tidak puas, tetapi jika hasil melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas (Kotler 208). *Servicescape*, atau "lingkungan layanan", adalah elemen yang sangat penting untuk mengukur kepuasan pelanggan. (Pasaribu et al., 2018). *Servicescape* mencakup berbagai aspek, termasuk desain *interior*, tata letak, peralatan, dan dekorasi, serta aspek *eksterior* seperti papan informasi, parkiran, dan pemandangan alam. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya *servicescape* dalam memberikan nilai dan kesan yang dapat meningkatkan kepuasan dan keinginan tamu selama menerima pelayanan (Septian et al., 2022). Dengan demikian, *servicescape* yang baik memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan tamu dan pendapatan hotel.

Hasil survei pra-penelitian yang melibatkan 10 tamu yang pernah menginap di Favehotel Olo Padang mengindikasikan adanya beberapa masalah terkait kepuasan tamu dan *servicescape*. Salah satu masalah yang muncul adalah adanya ketidaksesuaian antara harapan tamu dengan kondisi lingkungan fisik hotel. Lingkungan fisik yang baik memiliki peran yang penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan tamu selama menginap (Mustafidd & Utami, 2016). Tingkat kepuasan tamu di Favehotel Olo Padang sangat tergantung pada kualitas lingkungan fisik atau *servicescape* yang disediakan. Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan, penulis memilih judul penelitian "Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Fave Hotel Olo Padang."

METODE

Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan metode asosiatif kausal di Fave Hotel Olo Padang dari bulan Mei hingga Juni 2023. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kepuasan tamu (Y) dan *servicescape* (X) dengan populasi 1.093 tamu yang menginap di Fave Hotel Olo Padang dari Juli hingga Desember 2022. Sampel penelitian terdiri dari 204 orang yang dipilih dengan formula Jacob Cohen. Variabel *servicescape* (X) dan variabel kepuasan tamu (Y) diukur melalui kuesioner menggunakan skala Likert dan Guttman untuk mengumpulkan data. Kedua variabel tersebut telah diuji validitas dan reliabilitas nya. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode regresi logistik biner untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel *servicescape* (X) dan kepuasan tamu (Y). Ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang dijelaskan oleh Hosmer dan Lemeshow (2000).

HASIL

1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

   Tabel berikut menggambarkan karakteristik responden berdasarkan data yang dikumpulkan dalam penelitian:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Frekuensi
1	Jenis Kelamin :	
	- Perempuan	110
	- Laki-laki	94
2	Rentang Usia :	
	- 18–30 tahun	75
	- 31–40 tahun	79
	- 41–50 tahun	39
	- >51 tahun	11
3	Pendidikan Terakhir	
	- Pelajar/Mahasiswa	49
	- PNS	39
	- Pegawai Swasta	49
	- TNI/POLRI	5

	- Wiraswasta	61
4	Jumlah Menginap	
	- 1 Kali	136
	- 2 Kali	54
	- >3 Kali	14
5	Tujuan Menginap	
	- Bisnis	47
	- Berwisata	40
	- Rekreasi	15
	- Liburan	102

Sumber: Olahan Data Pribadi 2023

Tabel diatas memberikan gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan hasil pengumpulan data dalam penelitian. Karakteristik yang diukur meliputi jenis kelamin, rentang usia, pendidikan terakhir, jumlah menginap dan tujuan menginap. Data yang terkumpul menunjukkan jumlah responden untuk setiap kategori yang telah disebutkan.

2. Deskripsi Data Variabel Penelitian
   a. Deskripsi Data Tentang *Servicescape* (X)

Data *servicescape* dikumpulkan dengan 12 pernyataan dan disebarkan kepada 204 responden melalui kuesioner. Hasil deskriptif dari data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Skor Jawaban Responden Variabel *Servicescape*

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Baik	≥114	0	0
Baik	≥96 - <114	67	33
Cukup	**≥78 - <96**	**115**	**56**
Buruk	≥60 - <78	5	2
Sangat Buruk	<60	17	8
Total		204	100

Sumber: Hasil Olahan *Microsoft Excel,* 2023

Berdasarkan tabel di atas mengenai *servicescape* yang terdiri dari 12 pernyataan yang dikategorikan menggunakan analisis deskripsi data dengan

metode Mi Sdi, nilai rata-rata variabel *servicescape* adalah 87,19. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *servicescape* masuk dalam kategori "cukup baik" dengan frekuensi sebesar 115 dan persentase sebesar 56%. Hal ini menandakan bahwa *servicescape* di Favehotel Olo Padang sudah sesuai, namun masih perlu peningkatan.

b. Deskripsi Data Tentang Kepuasan Tamu (Y)

Data kepuasan tamu dikumpulkan dengan 7 pernyataan dan disebarkan kepada 204 responden melalui kuesioner. Berikut adalah hasil deskriptif dari data yang telah dikumpulkan:

Tabel 3. Skor Jawaban Responden Variabel Kepuasan Tamu

No	Jawaban Alternatif	F	Persentase %
1.	Ya	198	97%
2.	Tidak	6	3%
Jumlah		204	100%

Sumber: Hasil Olah Data Pribadi (2023)

Berdasarkan temuan penelitian, hasil menunjukkan bahwa rata-rata responden menyatakan puas dengan Favehotel Olo Padang, dengan 198 responden menjawab "Ya", terhitung 97% dari total, sedangkan 6 responden menjawab "Tidak", terhitung 3%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan menjawab "Ya" yang menunjukkan bahwa *servicescape* yang diberikan oleh Favehotel sepenuhnya memenuhi kepuasan tamu..

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Logistik

Tabel 4. Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	48.885[a]	.025	.109

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.00. (2023)

Dalam analisis regresi logistik, nilai Nagelkerke R Square, juga dikenal sebagai pseudo R square atau R square dalam regresi linier (OLS), digunakan untuk menghitung koefisien determinasi. Tabel sebelumnya menunjukan bahwa nilai Nagelkerke R Square adalah 0,109, yang mengindikasikan bahwa

sekitar 10,9% variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sekitar 89,1% dari variasi keseluruhan berasal dari faktor eksternal yang tidak dipertimbangkan dalam model regresi.

PEMBAHASAN

1. *Servicescape*

Setelah melakukan analisis data menggunakan SPSS versi 26.00 diperoleh hasil variabel *servicescape* (X) dinilai cukup baik dengan persentase sebesar 56%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik Favehotel Olo Padang sudah cukup memuaskan. Namun, beberapa indikator *servicescape* seperti *ambiet conditions*, *spatial layout functionality*, dan *sign and symbol* perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan tamu. Untuk indikator *ambient conditions,* penulis memberikan saran untuk memperhatikan cara pembersihan karpet koridor seperti mengganti *chemical* yang lebih cocok untuk pembersihan karpet koridor atau memeriksa alat vacum yang mungkin bermasalah karena hal tersebut akan sangat berpengaruh pada kepuasan tamu yang menginap. Penulis memberikan saran tentang tempat parkir yang kurang memadai sebagai indikator *spatial layout functionality*. Salah satu saran yang dimaksud adalah menyediakan tempat parkir alternatif seperti *basemant* khusus untuk kendaraan pribadi tamu hotel. Ini akan memungkinkan tamu grup/*corporate* yang datang dengan bus besar untuk memarkir mobilnya di tempat parkir depan hotel, sedangkan tamu dengan minibus atau mobil pribadi dapat memarkir mobilnya di *basemant*. Hal ini akan membuat lahan parkir hotel lebih memadai daripada yang sekarang. Penulis juga menyarankan Favehotel Olo Padang untuk memperjelas tanda dan simbol pada petunjuk arah menuju *swimming pool*. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah denah *layout* di lobby hotel atau dengan memilih alternatif jalan lain agar tamu tidak ragu untuk menemukan lokasi *swimming pool*. Dengan penelitian ini, diharapkan kepada Favehotel Olo Padang untuk dapat meningkatkan lingkungan fisik hotel agar tamu merasa nyaman dan puas serta ingin kembali lagi ke sana. Seberapa baik penyedia layanan memenuhi harapan tamu menentukan seberapa baik persepsi tamu tentang lingkungan layanan (Pratama & Pasaribu, 2020). Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Wartama & Thahir, 2021), yang menemukan bahwa *servicescape* berpengaruh besar pada tingkat kepuasan konsumen dan tamu.

2. Kepuasan Tamu

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *Servicescape* Favehotel Olo Padang memenuhi kebutuhan sebagian besar tamu, dari total 204 sampel, 198 menjawab "Ya" dengan persentase 97% dan 6 menjawab "Tidak" dengan persentase 3%. Diharapkan penelitian ini akan mendorong Favehotel Olo Padang untuk memperbaiki aspek-aspek yang dapat meningkatkan kepuasan tamu, seperti meningkatkan kualitas pelayanan karyawan karena beberapa tamu merasa pelayanan karyawan kurang baik. Jika tamu hotel puas, mereka mungkin akan kembali dan bahkan merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain. Ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya (Indah et al., 2018), yang mengatakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan tamu, *servicescape* mempunyai pengaruh yang sangat penting.

3. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Fave Hotel Olo Padang

Dalam uji hipotesis yang dilakukan menggunakan SPSS versi 26.00 untuk menguji pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu di Favehotel Olo Padang, ditemukan bahwa koefisien determinasi Nagelkerke R Square memiliki nilai 0,109. Hasil dari analisis menyatakan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima, sementara hipotesis nol (H0) ditolak. Ini dikarenakan variabel *servicescape* (X) memberikan pengaruh sebesar 10,9% terhadap variabel kepuasan tamu (Y), sedangkan 89,1% dipengaruhi oleh komponen tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Gusnela (2021), yang menemukan bahwa *servicescape* sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menentukan tingkat kepuasan tamu. Penelitian lain oleh (Welasasih & Suyuthie, 2020) juga menyatakan bahwa *servicescape* memainkan peran yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Faktor lingkungan fisik yang dirasakan oleh tamu dalam lingkungan layanan juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pengalaman pelayanan dan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan tamu, sebagaimana yang telah ditemukan dalam penelitian oleh (Utami & Suryawardani, 2016).

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang berkaitan dengan "Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Favehotel Olo Padang" dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Servicescape* di Favehotel Olo Padang secara keseluruhan dikategorikan cukup baik dengan persentase skor 56%.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata 97% responden merasa puas dengan Favehotel Olo Padang.
3. Favehotel Olo Padang memiliki *servicescape* yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel *servicescape* (X) memberikan kontribusi sebesar 10,9% terhadap variabel kepuasan tamu (Y), dan 89,1% lainnya berasal dari unsur-unsur luar yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Gusnela, Rika. (2022). *The Impact of Servicescape on Customer Satisfaction at Jiwa Raga Kitchenette. Journal of Annual Conference of Sustainable Tourism and Hospitality Business 2022 (ACSTHB)*.

David W. Hosmer dan Stanley Lemeshow, 2000. *Second Edition of Applied Logistic Regression.* New York: John Wiley & Sons, Inc.

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. https://ejurnalunsam.id/index.php/jensi/article/view/939

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing Global Edition 17 th Edition*

Mustafidd, H., & Utami, M. M. (2016). Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Kesenangan Konsumen Berbelanja Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan. *Tirtayasa Ekonomika*, *11*(2), 287. https://doi.org/10.35448/jte.v11i2.4333

Pasaribu, P., Putra, T., & Lisna, Y. P. (2018). What *Servicescape*s Should Be Prioritized in the Hospitality Center, Universitas Negeri Padang? *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, *4*(2), 179. https://doi.org/10.22334/jbhost.v4i2.121

Pratama, J. A., & Pasaribu, P. (2020). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Di Function Room Hotel The Axana Padang. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, *11*(02), 109. https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss02/625

Septian, Y. D., Abrian, Y., & Adrian, A. (2022). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Evas Restoran di Hotel Grand Rocky Kota Bukittinggi. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, *3*(2), 111–118. https://doi.org/10.24036/jkpbp.v3i2.30272

Utami, R. P., & Suryawardani, B. (2016). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Heaven's Café and Boutique Bandung Tahun 2016). *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan PKM Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, *6*(1), 237–244.

Wartama, I. K. A., & Thahir, H. (2021). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Barbershop Di Kota Palu. *JUMUT : Jurnal Ilmu Manajemen Universitas*

Tadulako, *7*(4), 310–320.

Welasasih, A. P., & Suyuthie, H. (2020). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu di UNP Hotel and Convention Center. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, *1*(3), 119–123. https://doi.org/10.24036/jkpbp.v1i3.15372

Yuliantina, G. A., & Siswhara, G. (2016). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Loyalitas Tamu Mancanegara Di Alam Kulkul Boutique Resort Bali. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, *3*(1), 547. https://doi.org/10.17509/thej.v3i1.1970

Zeithaml, V. A & Bitner, M.J. (2013). *Service Marketing Integtrating Customer Focus Accros The Firm 6 th ed. Mc. Grow-Hill Baston.*