



Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Evas Restoran di Hotel Grand Rocky Kota Bukittinggi

Yovi Dani Septian¹, Youmil Abrian², Arif Adrian³

¹ Universitas Negeri Padang

² Universitas Negeri Padang

² Universitas Negeri Padang

Email : yovidaniseptian97@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bermula dari fenomena yang ditemui berkaitan dengan keluhan dari tamu dan belum maksimalnya *servicescape* yang ada di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi. Sehingga Penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan supaya mengetahui besaran pengaruh *Servicescape* terhadap kepuasan tamu di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi.

Jenis penelitian merupakan deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan metode asosiatif kausal dimana bertujuan mengetahui seberapa dominan Pengaruh *Servicescape* (X) Terhadap Kepuasan Tamu (Y) Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi. Pada penelitian sampel diambil dengan memanfaatkan teknik *non probability sampling* dengan jumlah 100 orang yang pernah berkunjung ke Evas Restoran Hotel Grand Rocky. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear.

Setelah melakukan proses penelitian maka didapatkan hasil penelitian sebagai berikut: (1) *servicescape* diketahui termasuk pada kategori baik (84%), (2) Kepuasan Tamu diketahui termasuk pada kategori baik (76%) (3) dari pengujian hipotesis regresi linear sederhana diketahui besaran F hitung 16,603 serta diketahui taraf signifikan yaitu $0,000 < 0,05$, pada R square diperoleh besaran nilai 0,145. Artinya *servicescape* mempengaruhi kepuasan tamu sebesar 14,5% dan selebihnya dalam total 85,5% mendapatkan pengaruh dari faktor lain. Selanjutnya diperoleh nilai t hitung 4,075 yang mana taraf signifikan yaitu $0,000 < 0,05$, dengan nilai t yang diperoleh terdapat hubungan signifikan antara kedua variabel.

Kata kunci: *Servicescape*, Kepuasan Tamu.

ABSTRACT

This research begins with the phenomenon encountered related to complaints from guests and not maximising the servicescape that exists at Evas Restaurant Hotel Grand Rocky Bukittinggi. So that the author conducts this research with the aim of knowing the amount of influence of Servicescape on guest satisfaction at Evas Restaurant Hotel Grand Rocky Bukittinggi.

type of research is descriptive quantitative by utilising the causal associative method which aims to determine how dominant the influence of Servicescape (X) on Guest Satisfaction (Y) Evas Restaurant

Grand Rocky Hotel Bukittinggi. In the study, the sample was taken by utilising non-probability sampling techniques with a total of 100 people who had visited the Evas Restaurant at the Grand Rocky Hotel. Data was collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Data analysis techniques for hypothesis testing using linear regression analysis.

After conducting the research process, the following research results were obtained: (1) servicescape is known to be included in the good category (84%), (2) Guest Satisfaction is known to be included in the good category (76%) (3) from testing the simple linear regression hypothesis, it is known that the amount of F count is 16.603 and the significant level is known to be $0.000 < 0.05$, the R square obtained a value of 0.145. This means that servicescape affects guest satisfaction by 14.5% and the rest in total 85.5% get influence from other factors. Furthermore, the calculated t value is 4.075 which is a significant level of $0.000 < 0.05$, with the t value obtained there is a significant relationship between the two variables.

Keywords: Servicescape, Guest Satisfaction.

PENDAHULUAN

Hotel merupakan suatu akomodasi komersial dan dikelola secara profesional dan diperuntukan pada setiap orang agar bisa mendapatkan pelayanan tempat tinggal, makanan dan minuman beserta pelayanan lainnya yang disediakan [1]. Dengan semakin meningkatnya kepentingan masyarakat terhadap fasilitas penginapan ketika akan bepergian jauh, sehingga hotel memiliki tamu yang selalu ramai didatangi oleh masyarakat yang memerlukan penginapan. kebutuhan penginapan seperti hotel sepatutnya didukung adanya fasilitas yang lengkap dan memadai supaya setiap tamu yang berkunjung dapat merasakan kenyamanan selama berada di tempat tersebut[2].

Hotel Grand Rocky Bukittinggi adalah hotel bintang 4 dengan letak yang strategis yaitu di pusat kota Bukittinggi beralamat di Jl. Yos Sudarso No.29, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Hotel Grand Rocky Bukittinggi memiliki *tagline*: “ *The Best Choice Hotel In West Sumatra*”, memiliki fasilitas yaitu kamar dengan tipe *Deluxe room, Grand deluxe room, Junior suite, rocky pant hous, dan royal grand rocky room*. Serta *meeting room 4 dan 1 ballroom, lounge bar, swimming pool*, serta restoran yang bernama Evas Restoran. Evas Restoran terletak di lantai *lobby* disamping *Front Office* dengan kapasitas 140 *setting*. Evas Restoran menyediakan *breakfast, lunch, dinner, supper, room service order* dan *menu* yang ditawarkan adalah *buffet, set menu, a'la carte, table d'hote* ,dan *take away*.

Keberadaan restoran dalam sebuah hotel sangat menunjang jalannya proses pelayanan makanan dan minuman.[3]. Restoran merupakan salah satu penyelenggaraan pelayanan dengan baik pada suatu tempat atau bangunan yang diorganisir dan dikelola secara komersil, kepada setiap tamu baik itu berupa minuman ataupun makanan [4]. Restoran sebagai tempat yang mengedepankan layanan pastinya akan memikirkan bagaimana layanan tersebut dapat dirasakan secara maksimal oleh tamu sehingga tamu merasa puas selama berada di restoran. Kepuasan pelanggan adalah faktor yang sangat erat kaitannya dalam bisnis pelayanan agar mampu terus berjuang dalam mengejar sebuah kesuksesan [5]. [6] Kepuasan pelanggan adanya perasaan gembira maupun kekecewaan yang terjadi dalam diri seseorang setelah melalui proses membandingkan kinerja maupun hasil.

Kepuasan berkaitan erat dengan pelayanan yang diharapkan oleh tamu, apabila tamu telah mendapatkan kepuasan yang diharapkan berarti proses pelayanan yang diberikan telah dapat memenuhi ekspektasi atau keinginan dari tamu itu sendiri [7]. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan adalah *servicescape* [8]. [9] *Servicescape* merupakan lingkungan yang berkaitan erat bersamaan dengan gaya maupun bentuk dari gambaran fisik serta elemen pengalaman lainnya yang dijumpai oleh konsumen pada lokasi disediakanya sebuah pelayanan. Ini menunjukkan bahwa dalam kesan akan suatu hal yang dilihat atau disaksikan oleh tamu berperan penting dalam memberikan nilai atau sebuah kesan yang dapat mendorong pelayanan, yang mana bertujuan erat dalam memuaskan keinginan tamu selama berada di tempat pelayanan itu diberikan.

Dari berbagai macam masalah yang peneliti dapati di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi. Ketidakpuasan konsumen ini berkaitan erat dengan keluhan atas masih kurangnya pelayanan yang berhubungan dengan *servicescape* di Evas Restoran, Jika dilihat dari segi kepuasan tamu masih adanya tamu mengeluhkan rasa dari makan yang disajikan pada saat breakfast di Evas Restoran yang masih jauh dari ekspektasi tamu, berikutnya dilihat dari *servicescape*, tamu mengeluhkan mengenai jarak kursi yang berdekatan menyulitkan tamu keluar masuk pada saat akan duduk dan berdiri.

Penelitian ini penulis lakukan agar Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi dapat mengevaluasi *servicescape* yang ada di Evas Restoran serta meningkatkan kepuasan tamu, sehingga dapat meningkatkan kunjungan tamu yang *breakfast* di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi. Hal ini bertujuan agar tidak terjadinya naik turun jumlah tamu yang berkunjung untuk *breakfast* di Evas Restoran. Penelitian yang Penulis lakukan adalah bermaksud dalam mengetahui sejauh mana *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan tamu Evas Restoran di Hotel Grand Rocky Bukittinggi.

METODOLOGI

Berdasarkan metode yang dipakai pada penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan jenis penelitian dalam penyelesaian dua variabel yaitu asosiatif kausal. [10] Asosiatif kausal merupakan penelitian yang mana bertujuan dalam mencari kaitan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari asosiatif Kausal yaitu dapat meluaskan pandangan terhadap suatu teori sehingga dapat berfungsi mendeskripsikan, mengontrol, dan memaparkan suatu kondisi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. [11] *Non probability sampling* termasuk dalam pengumpulan sampel sehingga dapat memberi kesempatan sama pada semua unsur yang ada pada populasi agar dapat digunakan untuk sampel pada penelitian. Penggunaan teknik dalam pengumpulan sampel pada penelitian ini yaitu memakai teknik *purposive sampling*.

Pengumpulan data menggunakan komunikasi tidak langsung melalui cara penyebaran angket atau kuesioner pada sampel yang yang tersusun. Angket atau kuesioner dikumpulkan dengan memberi sejumlah pertanyaan maupun pernyataan yang terdiri dari lima pilihan jawaban dengan skala *Likert*. Pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner di uji secara validitas dan reliabilitasnya. Data pada penelitian di deskripsikan dan kemudian dilakukan analisis regresi untuk menguji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data *Servicescape* dan Kepuasan Tamu

Melalui pengujian yang dilakukan pada variabel (X) *servicescape*, dengan adanya penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini dengan menggunakan pernyataan yang terdiri dari 3 indikator dengan total pernyataan sebanyak 15 butir dan selanjutnya disusun dengan memakai skala likert. Didapatkan hasil dari pengolahan data yang kemudian disusun dari penelitian terkait *servicescape* yang terdapat pada Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Deskripsi Data Jawaban *Servicescape* (X)

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	≥ 60	2	2 %
Baik	50 - < 60	84	84 %
Cukup	40 - < 50	14	14 %
Buruk	30 - < 40	-	- %
Sangat Buruk	< 30	-	- %
Total		100	100 %

Berdasarkan persentase nilai *servicescape* pada tabel deskripsi data jawaban responden *servicescape* disimpulkan total 2% penjawab termasuk dalam kelompok kategori sangat baik, 84% termasuk kedalam kategori baik, 14% pada kategori cukup, 0% penjawab termasuk kedalam kategori buruk, dan sangat buruk. Sehingga dapat dikatakan bahwa *servicescape* di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi adalah berkategori baik.

Berikutnya didapatkan hasil untuk variabel (Y) kepuasan tamu, dengan melakukan penyebaran kuesioner pada 100 orang responden. Variabel (Y) memiliki 15 pernyataan yang terdiri dari 5 indikator. Hasil atau data yang didapatkan pada kepuasan tamu yang terdapat pada Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Deskripsi Data Jawaban Kepuasan Tamu

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	$\geq 55,99$	6	6 %
Baik	46,66 -< 55,99	76	76 %
Cukup	37,34 -< 46,66	18	18 %
Buruk	28,01 -< 37,34	-	- %
Sangat Buruk	< 28,01	-	- %
Total		100	100 %

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil bahwa 6% responden termasuk ke dalam kategori sangat baik, 76% bagian dari kategori baik, 18% termasuk dalam kategori cukup, 0% penjawab termasuk kedalam kategori buruk, dan sangat buruk. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden kepuasan tamu di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi termasuk kedalam kategori baik.

2. Pengujian Hipotesis

Hasil dari pengujian hipotesis dengan adanya uji regresi linear sederhana dalam penelitian ini yang merupakan pengujian dilakukan untuk memperoleh dan mengetahui hasil dari seberapa tinggi variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujian pada regresi linear sederhana yang telah diperoleh diketahui melalui tabel dibawah:

Tabel 3. Anova Nilai Signifikansi

ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	102,133	1	102,133	16,603	,000 ^b
Residual	602,857	98	6,152		
Total	704,990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

b. Predictors: (Constant), Servicescape

Tabel 4. Koefisien Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	31,153	4,512		6,904	,000
Servicescape	,346	,085	,381	4,075	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Diketahui pada data anova dan *coefficients* diperoleh besaran nilai F hitung 16,603 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, dan diketahui besaran nilai t hitung 4,075, sehingga diketahui tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga ditarik kesimpulan *Servicescape* (X) dapat menjelaskan

Kepuasan Tamu (Y) secara signifikan. Berdasarkan data perhitungan yang telah diketahui maka *Servicescape* (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y), maka didapatkan hipotesisnya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

Selanjutnya diketahui besaran dari nilai koefisien regresi antara 2 variabel yaitu variabel *Servicescape* (X) terhadap variabel Kepuasan Tamu (Y) sebagai berikut :

$$Y = 31,153 + 0,346X$$

Setelah adanya penjumlahan didapatkan besaran nilai koefisien regresi yaitu 0.346 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. sehingga dapat disimpulkan setiap kenaikan *servicescape* akan ikut meningkatkan kepuasan tamu.

Dalam mendapatkan hasil dari besaran kontribusi pengaruh *servicescape* (X) terhadap kepuasan tamu (Y) dilakukan menggunakan pengujian koefisien determinasi. Berikut hasil dari pengujian koefisien determinasi:

Tabel 5. Koefisien determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,381 ^a	,145	,136	2,48024

a. Predictors: (Constant), *Servicescape*

Berdasarkan data dari tabel koefisien determinasi didapatkan nilai R square adalah 0,145 sehingga dapat diketahui kontribusi pengaruh variabel *servicescape* terhadap kepuasan tamu adalah 14,5%, sedangkan 85,5% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

B. Pembahasan

1. *Servicescape* (X)

Setelah didapatkan hasil penilaian dari pernyataan terhadap 100 orang responden, hasil dari data variabel *servicescape* termasuk dalam kategori baik 84 %, Kemudian pada indikator *ambient conditions* dikategorikan baik dengan persentase 75 %. pada indikator *spatial layout and functionality* responden menyatakan baik 75 %, berikutnya pada indikator *sign, symbol, and artefact* responden menyatakan baik 46 %. Sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan *servicescape* di Evas Restoran Hotel Grand Rocky sudah baik.

[12] *servicescape* merupakan fasilitas fisik yang tergabung dalam pelayanan yang dibuat agar dapat mempengaruhi perilaku pelanggan, memenuhi kebutuhan, serta memuaskan pelanggan hal ini merupakan efek dari bentuk fasilitas fisik sehingga dapat memberikan hal baik pada tamu maupun karyawan. *Servicescape* merupakan bagian dari fasilitas atau sarana yang dimiliki oleh hotel atau suatu tempat yang berguna untuk menciptakan rasa nyaman bagi tamu atau konsumen [13]. Fasilitas atau sarana yang baik akan membuat pelanggan merasa nyaman dan aman serta betah berlama-lama disuatu tempat[14].

2. Kepuasan Tamu (Y)

Setelah didapatkan hasil penilaian dari pernyataan terhadap 100 orang responden, hasil dari data variabel kepuasan tamu termasuk kedalam kategori baik 76 %. Dari hasil data indikator tercapainya harapan tamu dikategorikan baik dengan persentase 59 %, berikutnya indikator terpenuhinya kebutuhan tamu tergolong kategori baik 60 %, lalu indikator tercapainya keinginan tamu responden didominasi menyatakan sangat baik 35 %, selanjutnya pada indikator keinginan untuk memakai produk/jasa kembali responden didominasi menyatakan baik 37 %, dan indikator keinginan untuk mempromosikan produk/jasa kepada orang lain termasuk dalam kategori baik 55 %.

Artinya penilaian tamu terhadap variabel kepuasan tamu secara keseluruhan berada pada kategori baik. [15] kepuasan pelanggan pada suatu tempat atau lokasi penyedia layanan merupakan perasaan yang timbul baik itu gembira maupun kecewa yang diperoleh pelanggan setelah membandingkan dua hal yaitu kinerja dan produk yang tersedia sesuai apa yang dipersepsikan dengan ekspektasinya. Pelanggan yang merasa puas tentunya berkeinginan untuk datang Kembali ke tempat tersebut dan bersedia merekomendasikan tempat tersebut ke orang lain[16].

3. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi

Berdasarkan data setelah pengujian hipotesis didapatkan hasil untuk mengetahui seberapa besar nilai *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi, menggunakan analisis SPSS versi 20 didapatkan hasil pengujian regresi linear sederhana, diketahui nilai F hitung 16,603 taraf signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$, dan diketahui nilai t hitung 4,075 serta taraf signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga ditarik kesimpulan *servicescape* dapat menjelaskan variabel Kepuasan Tamu secara signifikan. Maka diketahui hipotesis penelitian ini adalah H_a disetujui H_o ditolak.

Koefisien regresi pada penelitian ini sejumlah 0,346 taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga setiap terjadinya kenaikan pada besaran 1 satuan *servicescape* akan meningkatkan 0,346 satuan kepuasan tamu. Kemudian secara signifikan *servicescape* (X) berpengaruh terhadap kepuasan tamu (Y), Selanjutnya didapatkan nilai R square sebesar 0,145, sehingga dapat diketahui *servicescape* berpengaruh dengan tingkat persentase sebesar 14,5% terhadap variabel kepuasan tamu dan 85,5 % dipengaruhi oleh faktor lainnya. [17] Kondisi fisik yang terdapat dalam lingkungan layanan yang dirasakan tamu merupakan suatu kondisi yang memiliki peranan besar dalam membentuk pengalaman pelayanan serta dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan tamu. Serta didapatkan pengertian pada sejumlah riset menunjukkan [18] desain dari *servicescape* pada suatu tempat bisa mempengaruhi pilihan tamu, harapan tamu, kepuasan tamu, dan perilaku lainnya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang telah diketahui pada bagian hasil dan pembahasan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan mengenai pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu evas restoran di hotel grand rocky bukittinggi sebagai berikut :

1. Persentase yang didapatkan pada variabel *Servicescape* di Evas Restoran Hotel Grand Rocky Bukittinggi didapatkan hasil pernyataan secara keseluruhan sebesar 84 % yang termasuk dalam kategori baik.
2. Persentase yang didapatkan pada variabel kepuasan Tamu Evas Restoran Di Hotel Grand Rocky Bukittinggi menunjukkan hasil pernyataan secara keseluruhan sebesar 76 % termasuk dalam kategori baik.
3. Terdapat pengaruh *servicescape* terhadap Kepuasan Tamu Evas Restoran di Hotel Grand Rocky Bukittinggi diketahui koefisien regresi 0.346 besaran nilai sig. $0.000 < 0.05$. sehingga dapat disimpulkan setiap terjadinya kenaikan sebesar 1 satuan *servicescape* menyebabkan terjadinya peningkatan 0.346 satuan kepuasan tamu. Kemudian diketahui nilai R square 0,145 sehingga dapat diketahui pengaruh variabel *servicescape* terhadap kepuasan tamu adalah 14,5%, kemudian sebesar 85,5% ditentukan oleh faktor lainnya yang tidak dilakukan pengukuran pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- [2] A. Wedi and Y. Abrian, “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hannah Hotel Syariah Painan,” *J. Pendidik. Dan Kel.*, vol. 11, no. 1, p. 68, 2019, doi: 10.24036/jpk/vol11-iss1/582.
- [3] A. Yulianto, “TINJAUAN PELAKSANAAN STANDARD OPERATING PROCEDURE SERVER/WAITER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTAURANT KATSU-KATSU SOLO Anggi,” *Hotel. J.*, vol. 1, 2014.
- [4] E. Mariyanti and D. Afisha, “Pengaruh Motivasi Kerja dan Etos Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Sofyan Inn Rangkayo Basa Kota Padang,” *J. Ekon. dan Bisnis Dharma Andalas*, vol. 22, no. 1, pp. 48–62, 2020, [Online]. Available: <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/78/58>.
- [5] L. Eva and K. Kasmita, “Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di UNP Hotel & Convention,” *J. Kaji. PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, vol. 2, no. 1, pp. 59–66, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.26072>.
- [6] K. Basuki, “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH DILIHAT DARI KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI NASABAH PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BINA MITRA MANDIRI DI KUDUS Fahmi,” *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [7] J. Meijerink and E. Schoenmakers, “Why are online reviews in the sharing economy skewed toward positive ratings ? Linking customer perceptions of service quality to leaving a review of an Airbnb stay,” *J. Tour. Futur.*, vol. 7, no. 1, pp. 5–19, 2021, doi: <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2019-0039>.
- [8] Pasaribu, T. Putra, and Y. P. Lisna, “WHAT SERVICESCAPES SHOULD BE PRIORITIZED IN THE HOSPITALITY CENTER, UNIVERSITAS NEGERI PADANG,” *J. Bus. Hosp. Tour.*, vol. 4, no. 2, pp. 73–80, 2018, doi: <http://dx.doi.org/10.22334/jbhost.v4i2.121>.
- [9] F. A. Putri, Ayu Wulansari, “PENGARUH SERVICESCAPE(LINGKUNGAN LAYANAN) TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS (Survei pada Pelanggan Madam Wang Secret Garden Cafe Malang),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 49, no. 2, pp. 78–87, 2017.
- [10] Rustandi, Yuniati, and L. F. Fujiastuti, “Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba,” vol. 1, no. 1, pp. 2016–2018, 2021.
- [11] R. Yusiana and R. Maulida, “Pengaruh Gita Gutawa sebagai brand ambassador pond’s dalam mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswi Universitas Telkom jurusan D3 manajemen pemasaran),” *Ecodemica*, vol. III, no. 1, pp. 311–316, 2016.
- [12] Gitasiswhara and F. Statifiansyah, “Pengaruh Servicescape Terhadap Behavioral Intention Di Kafe Kupu-Kupu,” vol. VI, no. 2, pp. 1061–1066, 2016.
- [13] R. Ryanda and N. Wulansari, “Pengaruh Sarana dan Prasarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pulau Pasumpahan Padang,” *Kaji. Pariwisata dan Bisnis perhotelan*, vol. 2, no. 1, pp. 1–6, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.19172>.
- [14] V. Ananda and I. Meirina, “PERSEPSI PENGUNJUNG TENTANG SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA RUMAH POHON TABEL PATAH,” *Kaji. Pariwisata dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 88–95, 2020, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v1i2.8272>.

- [15] A. Yaqin and A. M. Ilfitriah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya,” *J. Bus. Bank.*, vol. 4, no. 2, p. 245, 2015, doi: 10.14414/jbb.v4i2.375.
- [16] F. R. Lucini, L. M. Tonetto, F. S. Fogliatto, and M. J. Anzanello, “Text mining approach to explore dimensions of airline customer satisfaction using online customer reviews,” *J. Air Transp. Manag.*, vol. 83, p. 101760, 2020, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2019.101760>.
- [17] D. R. Yuli Ardianto, Supriadi Thalib, “ANALISIS REPURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DILIHAT DARI EXPERIENTAL MARKETING DAN SERVICESCAPE,” vol. 4, no. April, pp. 155–172, 2021.
- [18] C. Pramita, “PENGARUH SERVICESCAPE (LINGKUNGAN LAYANAN) TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH (Survei Pada Nasabah Tabungan Simpeda Pt. Bank Pembangunan Jawa Timur Tbk. Kantor Cabang Kediri),” *J. Adm. Bisnis SI Univ. Brawijaya*, vol. 26, no. 2, p. 86306, 2015.