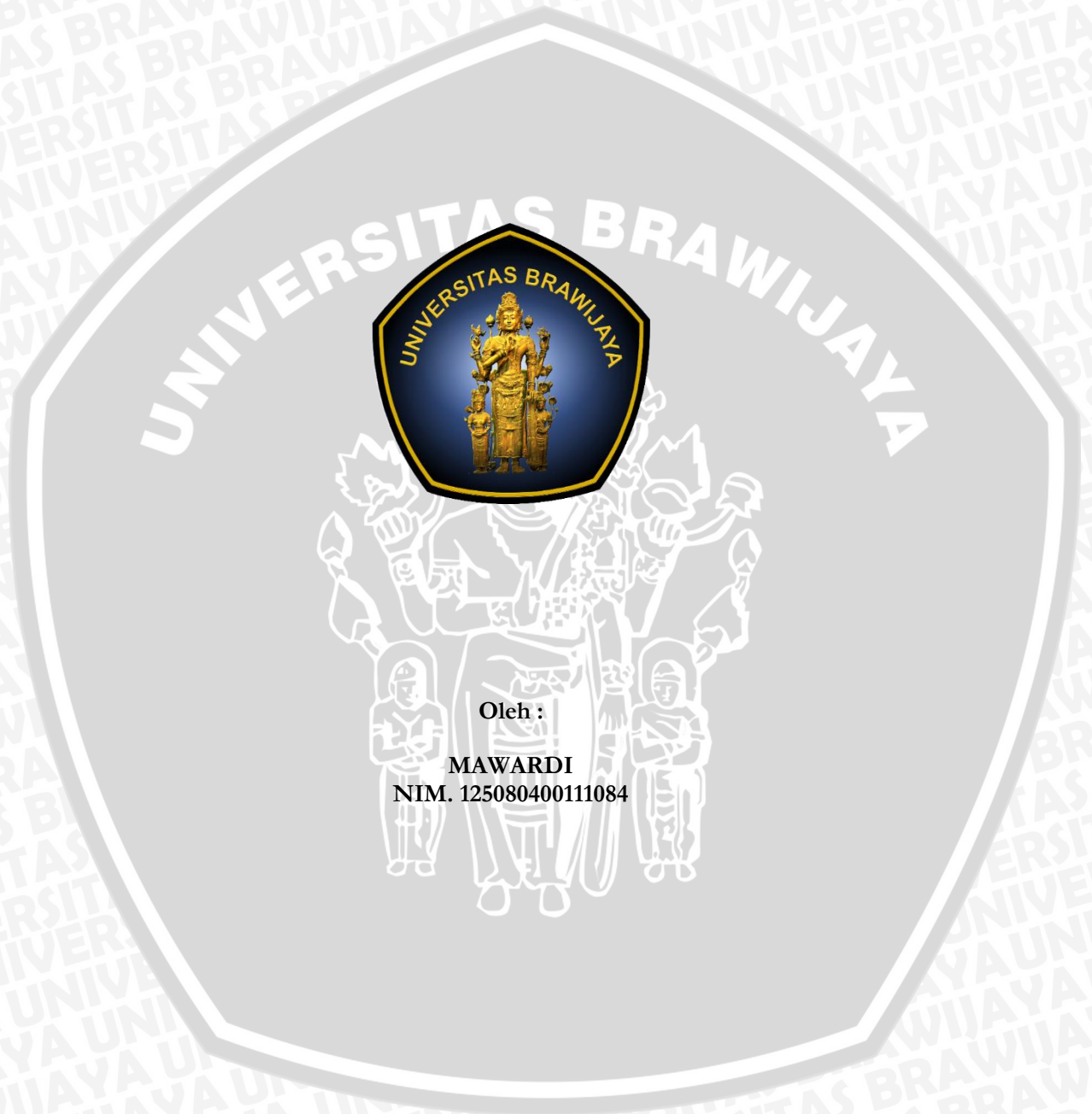


**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
RESTORAN OCEAN GARDEN (TRUNOJOYO) KOTA MALANG,  
JAWA TIMUR**

**ARTIKEL SKRIPSI**



Oleh :

**MAWARDI**

**NIM. 125080400111084**

**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN  
FAKULTAS PERIKANAN DAN KELAUTAN  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2016**

**ARTIKEL SKRIPSI**

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
RESTORAN OCEAN GARDEN (TRUNOJOYO) KOTA MALANG,  
JAWA TIMUR**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan  
di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan  
Universitas Brawijaya

Oleh:  
**MAWARDI**  
NIM. 125080400111084

**Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I**



**(Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS)**  
NIP. 19630820 198802 1 001

**Dosen Pembimbing II**



**(Mochammad Fattah, S.Pi., M.Si)**  
NIP. 2015 0686 05131 001

**Mengetahui,  
Ketika Jurusan SEPK**



**(Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP)**  
NIP. 19610417 199003 1 001



**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
RESTORAN OCEAN GARDEN (TRUNOJOYO) KOTA MALANG,  
JAWA TIMUR**

**Mawardi<sup>1</sup>, Dr. Ir Agus Tjahjono, MS<sup>2</sup>, Mochammad Fattah, S.Pi., M.Si<sup>2</sup>**  
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya

**ABSTRAK**

Tingginya tingkat pertumbuhan usaha rumah makan di Kota Malang tidak terlepas dari berubahnya pola dan gaya hidup masyarakat yang tidak lagi memandang bahwa mengkonsumsi makanan sebagai kebutuhan, namun sudah menjadi gaya hidup tersendiri. Adanya tren tersebut, membuat pelaku usaha bisnis restoran saling berkompetisi untuk menciptakan lingkungan fisik (*servicescape*) yang baik sehingga akan menarik minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis (1) Gambaran responden dan karakteristik pengunjung (2) Pengaruh secara simultan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo (3) Pengaruh secara parsial *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo (4) Variabel *servicescape* manakah yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan menggunakan dokumentasi serta penyebaran kuisioner. Metode analisa yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel *servicescape* yang terdiri dari lima variabel masing-masing berpengaruh simultan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun variabel *layout navigation* (X<sub>1</sub>), *seating comfort* (X<sub>3</sub>), *interior décor* (X<sub>4</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel *cleanliness* (X<sub>2</sub>) dan *ambience* (X<sub>5</sub>) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan variabel *servicescape* yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo adalah *layout navigation*.

**Kata kunci** : *Servicescape, layout navigation, cleanliness, seating comfort, interior décor, ambience*, Kepuasan Konsumen, Restoran Ocean Garden Trunojoyo, Konsumen.

***SERVICESCAPE EFFECT FOR SATISFACTION CONSUMER ON OCEAN GARDEN  
RESTAURANT (TRUNOJOYO) MALANG, EAST JAVA***

The high rate of growth restaurant business in Malang can't be separated from the changing people lifestyles who no longer think that consuming food as a needs, but it is a lifestyle. The existence of these trends, making the restaurant business entrepreneurs compete to create the servicescape as good as possible to attract consumers. This study aims to identify and analyze (1) Respondents description and visitor characteristics (2) Simultaneous effect of servicescape variable to consumer satisfaction in Restaurant Ocean Garden Trunojoyo (3) Partial effect of servicescape variable to consumer satisfaction in Restaurant Ocean Garden Trunojoyo (4) Which are the most dominant of servicescape variable on consumer satisfaction on Ocean Garden Restaurant Trunojoyo. The method used in this research is quantitative method. The data collected are primary data and secondary data. Data is collected using questionnaires and documentation. The analysis method used is descriptive qualitative, quantitative descriptive and multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that all variables servicescape consisting of five variables simultaneously influence each significantly to customer satisfaction. But the Layout Navigation (X<sub>1</sub>), Seating Comfort (X<sub>3</sub>), Interior Decor (X<sub>4</sub>) significantly affects customer satisfaction. While the Cleanliness (X<sub>2</sub>) and Ambience (X<sub>5</sub>) partially not significant effect on customer satisfaction. And variable of servicescape which dominant on consumer satisfaction on Ocean Garden Restaurant Trunojoyo is a Layout Navigation (X<sub>1</sub>).

**Key word** : *Servicescape, Layout Navigation, Cleanliness, seating Comfort, Interior Décor, Ambience, Costumer Satisfaction. Ocean Garden Trunojoyo Restaurant, Consumer*

<sup>1</sup>Mahasiswa Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya

<sup>2</sup>Dosen Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya





## 1. PENDAHULUAN

Kota Malang merupakan sebuah kota di Provinsi Jawa Timur yang memiliki tingkat pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi setiap tahunnya. Menurut data BPS (Malang dalam angka 2014), Kota Malang memiliki luas 110.06 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduknya sampai tahun 2013 sebesar 820.243 jiwa, dengan tingkat kepadatan penduduk kurang lebih 7.453 jiwa per kilometer persegi. Hal ini dikarenakan Kota Malang memiliki instansi-instansi pendidikan seperti perguruan tinggi. Hal ini mendorong pesatnya industri yang ada di Kota Malang, salah satu industri yang cukup berkembang ialah industri rumah makan. Hal tersebut memicu persaingan yang ketat antar pelaku usaha karena bisnis pada industri makanan dan minuman mempunyai prospek yang baik jika dikembangkan di Kota Malang.

Tingginya tingkat pertumbuhan usaha rumah makan di Kota Malang tidak terlepas dari berubahnya pola dan gaya hidup masyarakat yang tidak lagi memandang bahwa mengkonsumsi makanan sebagai kebutuhan, namun sudah menjadi gaya hidup tersendiri. Adanya tren tersebut, membuat pelaku usaha bisnis restoran saling berkompetisi untuk menciptakan lingkungan fisik (*servicescape*) atau fasilitas yang baik sehingga akan menarik minat konsumen untuk menjadi tempat makan pilihan.

Menurut Lovelock (2011), *servicescape* adalah lingkungan layanan sebagai gaya dan tampilan dari lingkungan fisik dan elemen-elemen pengalaman lainnya yang dirasakan oleh pelanggan di tempat pelayanan. Terdapat lima faktor pada *servicescape* untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang diadopsi dari beberapa ahli yaitu *layout navigation* (tata ruang), *cleanliness* (kebersihan), *seating*

*comfort* (kenyamanan tempat duduk), *interior decor* (dekorasi interior), dan *ambience* (kondisi lingkungan). Pelaku usaha sebaiknya memperhatikan kepuasan konsumen dengan menonjolkan lingkungan fisik (*servicescape*) dalam upaya menghadapi persaingan. Adanya pengelolaan *servicescape* akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan juga membuat konsumen merasa nyaman.

Bisnis restoran yang saat ini menjadi salah satu tujuan para konsumen yang berada di Kota Malang adalah Restoran Ocean Garden Trunojoyo, yang tidak hanya menyediakan menu makanan olahan *seafood* namun juga olahan seperti ayam dan bebek dengan pelayanan *servicescape* yang unik dan menarik dan mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat Kota Malang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis (1) Gambaran responden dan karakteristik pengunjung (2) Pengaruh secara simultan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo (3) Pengaruh secara parsial *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo (4) Variabel *servicescape* manakah yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2016 di Restoran Ocean Garden Trunojoyo di Jalan Trunojoyo No. 3 Kota Malang, Jawa Timur.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan terbagi dua yaitu jenis data kualitatif dan kuantitatif serta sumber data yang digunakan adalah data primer dan

sekunder. Metode pengumpulan data Metode pengumpulan data pada penelitian ini meliputi dokumentasi dan kuisioner. Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *linier time function* dan di dapatkan responden sebanyak 60 orang. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *layout navigation* (X<sub>1</sub>), *cleanliness* (X<sub>2</sub>), *seating comfort* (X<sub>3</sub>), *interior décor* (X<sub>4</sub>) dan *ambience* (X<sub>5</sub>) Analisis data menggunakan analisis linier berganda dengan aplikasi *SPSS 16 for windows*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik Responden

Pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden berjenis kelamin wanita menjadi responden terbanyak yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 58,33%, sedangkan responden pria sebanyak 25 orang atau sebesar 41,67 %. Pada karakteristik responden berdasarkan usia terbanyak pada penelitian ini berada pada usia 21-25 tahun didapatkan 14 orang atau sebesar 23,33%. Pada karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui pegawai swasta yang menjadi responden terbanyak yaitu sebanyak 27 orang atau sebesar 45%. Dan pada karakteristik responden berdasarkan pendapatan diketahui bahwa mayoritas responden adalah pengunjung dengan pendapatan Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 17 orang atau sebesar 28,33%.

#### 3.2 Distribusi Jawaban Responden

Pada variabel *layout navigation* (X<sub>1</sub>) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X<sub>1,1</sub>, yaitu “penataan ornament fisik (lukisan, *wallpaper*, lampion) dalam ruangan Restoran Ocean Garden Trunojoyo sudah menarik dan efisien”. Pada

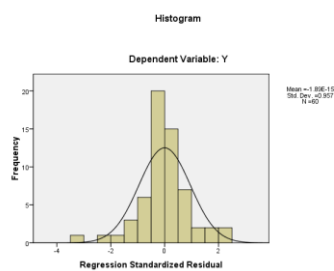
variabel *cleanliness* (X<sub>2</sub>) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X<sub>2,2</sub>, yaitu “Saya merasa nyaman dengan kebersihan perabotan di Restoran Ocean Garden Trunojoyo”. Pada variabel *seating comfort* (X<sub>3</sub>) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X<sub>3,3</sub>, yaitu “Saya leluasa dan mudah untuk mendapatkan tempat duduk di Restoran Ocean Garden Trunojoyo”. Pada variabel *interior decor* (X<sub>4</sub>) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X<sub>4,3</sub>, yaitu “Saya tertarik dengan warna dekorasi yang ada di Restoran Ocean Garden Trunojoyo”. Pada variabel *ambience* (X<sub>5</sub>) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel X<sub>5,1</sub>, dan X<sub>5,3</sub>, yaitu “Saya merasa nyaman dengan suhu udara di Restoran Ocean Garden Trunojoyo” dan “Saya merasa nyaman dengan aroma yang ada dilingkungan Restoran Ocean Garden Trunojoyo”. Dan pada variabel kepuasan konsumen (Y) item variabel yang memiliki rata-rata jawaban terbesar adalah variabel Y<sub>1,2</sub> yaitu “Saya ingin mengunjungi dan membeli kembali ke Restoran Ocean Garden Trunojoyo”.

#### 3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### a. Pengujian Asumsi Normalitas

Penelitian ini menunjukkan pada tampilan grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal, dan hasil pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai Signifikan didapatkan sebesar 0,337 yang berarti  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah terdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas.





Tabel 1. Pengujian Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0.942
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.337

Sumber : Data Primer, 2016

b. Pengujian Asumsi Multikolinearitas

Berdasarkan uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 2 bahwa masing-masing variabel independen mempunyai nilai VIF <10 dan mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,1, sehingga dapat dinyatakan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 2. Pengujian Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
X <sub>1</sub>	0,718	1,392
X <sub>2</sub>	0,665	1,504
X <sub>3</sub>	0,513	1,950
X <sub>4</sub>	0,753	1,328
X <sub>5</sub>	0,568	1,761

Sumber : Data Primer, 2016

c. Pengujian Asumsi Heterokedastisitas

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel independen lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Tabel 3. Pengujian Uji Heterokedastisitas

Variabel Independen	Sig.
Layout Navigation (X <sub>1</sub> )	.433
Cleanliness (X <sub>2</sub> )	.179
Seating Comfort (X <sub>3</sub> )	.831
Interior Decor (X <sub>4</sub> )	.277
Ambience (X <sub>5</sub> )	.302

Sumber : Data Primer, 2016

d. Pengujian Autokorelasi

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,985. Nilai DW 1,985 lebih besar dari batas dU yaitu 1,7671 dan kurang dari (4-dU) 4 – 1,7671 = 2,2329. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 4. Pengujian Uji Autokorelasi

R Square	Durbin-Watson
.471	1.985

Sumber : Data Primer, 2016

### 3.4 Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda tersebut, maka didapatkan rumus suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,278X_1 + 0,192X_2 + 0,249X_3 + 0,191X_4 + 0,038X_5 + e$$

a.  $\beta_1 = 0,278$

Dapat diartikan pada variabel *layout navigation* (X<sub>1</sub>), jika penataan ornament fisik seperti lukisan, *wallpaper*, lampion serta penataan ruang yang rapih dan efisien ditingkatkan, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan atau tetap.



b.  $\beta_2 = 0,192$

Dapat diartikan pada variabel *cleanliness* ( $X_2$ ), jika dilakukan peningkatan kebersihan lingkungan yang ada di Restoran Ocean Garden Trunojoyo seperti kebersihan lantai, perabotan, peralatan, serta lingkungan halaman, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan atau tetap.

c.  $\beta_3 = 0,249$

Dapat diartikan pada variabel *seating comfort* ( $X_3$ ), jika Restoran Ocean Garden Trunojoyo menyediakan tempat duduk yang nyaman misalnya dengan memberikan tempat duduk yang mempunyai bahan material terbaik, serta mengatur jarak antara tempat duduk maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan atau tetap.

d.  $\beta_4 = 0,191$

Dapat diartikan pada variabel *interior decor* ( $X_4$ ), jika Restoran Ocean Garden Trunojoyo melakukan peningkatan dalam penataan interior seperti memberikan warna – warna dalam dekorasi yang menarik, serta memiliki logo yang bagus dan menarik maka para konsumen akan menilai bahwa Restoran Ocean Garden Trunojoyo adalah restoran yang memiliki nilai *prestige* yang tinggi dan berkelas sehingga akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan atau tetap.

e.  $\beta_5 = 0,038$

Dapat diartikan pada variabel *ambience* ( $X_5$ ), jika Restoran Ocean Garden Trunojoyo melakukan peningkatan dalam kondisi lingkungan seperti menyediakan AC (*Air Conditioner*) di sudut-sudut tertentu, memainkan alunan musik yang bagus, dan menjaga agar

aroma yang ada di lingkungan restoran tetap baik yang tidak mengganggu para konsumen, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan atau tetap.

### 3.5 Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square yang didapatkan adalah sebesar 0,422 atau 42,2%. Dapat disimpulkan bahwa variabel *servicescape* yang meliputi *layout navigation* ( $X_1$ ), *cleanliness* ( $X_2$ ), *seating comfort* ( $X_3$ ), *interior décor* ( $X_4$ ) dan *ambience* ( $X_5$ ) mempengaruhi variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 42,2% sedangkan sisanya sebesar 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas.

Tabel 5. Nilai  $R^2$  Pada Model Regresi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	.471	.422

Sumber : Data Primer, 2016

### 3.6 Uji F

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda maka diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 2,39, sedangkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 9,599 sehingga dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa *servicescape* yang meliputi *layout navigation* ( $X_1$ ), *cleanliness* ( $X_2$ ), *seating comfort* ( $X_3$ ), *interior décor* ( $X_4$ ) dan *ambience* ( $X_5$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo.



Tabel 6. Nilai F Pada Model Regresi

Model	F	Sig.
1 Regression	9.599	.000 <sup>a</sup>
Residual		
Total		

Sumber : Data Primer, 2016

### 3.7 Uji t

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 7 nilai  $t_{hitung}$  pada *layout navigation* ( $X_1$ ) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ , yaitu sebesar 2,376. Sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Pada variabel *cleanliness* ( $X_2$ ) nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$ , yaitu sebesar 1,582. Sehingga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Pada *seating comfort* ( $X_3$ ) nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ , yaitu sebesar 1,801. Sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Pada variabel *interior décor* ( $X_4$ ) nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ , yaitu sebesar 1,678. Sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dan pada variabel *ambience* ( $X_5$ ) nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$ , yaitu sebesar 0,287. Sehingga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 7. Nilai t Pada Model Regresi

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$
<i>Layout navigation</i> ( $X_1$ )	2,376	1,67
<i>Cleanliness</i> ( $X_2$ )	1,582	1,67
<i>Seating comfort</i> ( $X_3$ )	1,801	1,67
<i>Interior décor</i> ( $X_4$ )	1,678	1,67
<i>Ambience</i> ( $X_5$ )	0,287	1,67

Sumber : Data Primer, 2016

### 3.8 Uji Dominan

Dalam menentukan variabel independen yang dominan mempengaruhi variabel dependen maka dilihat dari nilai koefisien standarisasi (*standardized beta coefficient*) yang terbesar. Berdasarkan uji regresi linear berganda, pengujian menunjukkan bahwa variabel *layout navigation* ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien standarisasi (*standardized beta coefficient*) terbesar, yaitu sebesar 0,278. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *servicescape* yang berpengaruh dominan adalah *layout navigation* ( $X_1$ ).

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin paling banyak adalah wanita sebanyak 35 orang atau sebesar 58,33%. Karakteristik responden berdasarkan usia paling banyak adalah pada usia 21-25 tahun sebanyak 14 orang atau sebesar 23,33%. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan paling banyak adalah swasta sebanyak 27 orang atau sebesar 45%. Dan pada karakteristik responden berdasarkan pendapatan paling banyak adalah dengan pendapatan 2.100.000 – 3.000.000 sebanyak 17 orang atau sebesar 28,33%.
2. Variabel *servicescape* yang terdiri dari lima variabel yaitu *layout navigation* (tata ruang), *cleanliness* (kebersihan), *seating comfort* (kenyamanan tempat duduk), *interior décor* (dekorasi interior) dan *ambience* (kondisi lingkungan) secara bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo.

3. Variabel *servicescape* yaitu *layout navigation* (tata ruang), *seating comfort* (kenyamanan tempat duduk), dan *interior décor* (dekorasi interior) masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. sedangkan variabel *servicescape* lainnya yaitu *cleanliness* (kebersihan) dan *ambience* (kondisi lingkungan) masing-masing berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dari *servicescape* yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo adalah *layout navigation* yang mencakup tata ruang. Adanya pengaruh dominan dari variabel tersebut menunjukkan bahwa selain datang untuk menikmati hidangan yang disediakan, konsumen juga memperhatikan penataan ornament fisik dan penataan ruangan yang baik yang disediakan oleh Restoran Ocean Garden Trunojoyo. Dan juga sebagai faktor yang dipertimbangkan dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pada Restoran Ocean Garden Trunojoyo.

#### 4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Pihak manajemen Restoran Ocean Garden Trunojoyo sekiranya perlu memperhatikan variabel *servicescape* yang berpengaruh secara dominan yaitu variabel *layout navigation*. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan konsep tata

ruang yang sudah ada agar lebih menarik seperti dengan menambahkan ornament fisik (lukisan, *wallpaper*, lampion), menata ruangan agar lebih menarik dan membedakan Restoran Ocean Garden Trunojoyo dengan restoran lainnya serta untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

2. Hasil penelitian ini berhasil membuktikan beberapa variabel *servicescape* masing-masing berpengaruh secara signifikan yaitu *layout navigation* (tata ruang), *seating comfort* (kenyamanan tempat duduk) dan *interior décor* (dekorasi interior). Variabel tersebut perlu dipertahankan dan ditingkatkan sebagai salah satu strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan variabel *servicescape* yang berpengaruh tidak signifikan yaitu *cleanliness* (kebersihan) dan *ambience* (kondisi lingkungan) harus ditingkatkan. Untuk penelitian selanjutnya perlu ditambah lagi faktor-faktor yang bisa mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan yang diberikan, faktor harga, dan lainnya. Penelitian selanjutnya dapat dilaksanakan dengan menggunakan objek dan lokasi penelitian yang berbeda terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.
3. Bagi para pelaku usaha ada baiknya menerapkan *servicescape* yang baik yang terbukti berpengaruh untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dalam setiap bidang usahanya, baik itu jasa restoran maupun yang lainnya.



### DAFTAR PUSTAKA

BPS, 2014. Malang Dalam Angka 2014, Malang.

Lovelock, Cand Wirtz, J. 2011. Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Lucas, A.F. 2003. The determinants and effect of slot servicescape satisfaction in a Las Vegas hotel casino. UNLV Gaming Research & Review Journal 7 (1), 1-17.

