

PENGARUH SERVICESCAPE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL SAHID KAWANUA MANADO

IMPACT OF SERVICESCAPE AND SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION IN SAHID KAWANUA MANADO HOTEL

Oleh:

Mutiara Kiroyan¹
Victor P. K. Lengkong²
Merlyn M. Karuntu³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado 95115, Indonesia

e-mail:

¹mutiakiroyan28@gmail.com

²vpk.lengkong@gmail.com/vpk.lengkong@unsrat.ac.id

³merlynkaruntu@unsrat.ac.id

Abstrak : Derasnya arus globalisasi menyebabkan pengaruh lingkungan usaha di tempat perusahaan beroperasi menjadi semakin luas. Segala jenis perubahan yang berkembang akan lebih menghadapi banyak tantangan dari perusahaan sejenis yang bermunculan baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, khususnya bisnis perhotelan perusahaan harus memiliki kualitas serta manajemen yang baik sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *servicescape* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di hotel sahid kawanua manado. Teknik Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda melalui bantuan software SPSS versi 24. Populasi penelitian adalah semua tamu yang menginap di hotel sahid kawanua 2018 yang berjumlah 16.877 dan sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hotel sahid kawanua sebaiknya lebih memperhatikan *servicescape* dan meningkatkan lagi kualitas layanan demi memenuhi kebutuhan konsumen.

Kata kunci: *servicescape, kualitas layanan, kepuasan konsumen*

Abstract: The rapid flow of globalization has caused the influence of the business environment in which companies operate to become more widespread. All types of changes that are developing will face more challenges from similar companies that have emerged both from within the country and from abroad. To excel in competition, especially the hotel business, companies must have good quality and management so that goals can be achieved effectively and efficiently. The purpose of this study is to determine the effect of *servicescape* and service quality on customer satisfaction in Sahid Kawanua Hotel Manado. The analysis technique used is multiple linear regression analysis through the help of SPSS software version 24. The study population was all guests staying at the 2018 Sahid Hotel, amounting to 16,877 and a sample of 100 respondents. The results showed that *servicescape* and service quality simultaneously had a significant effect on customer satisfaction. *Servicescape* significantly influence consumer satisfaction. Service quality has a significant effect on customer satisfaction. Hotel Sahid Kawanua should pay more attention to *servicescape* and further improve the quality of service to meet the needs of customers.

Keywords: *servicescape, service quality, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung di bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul loyalitas dalam benak konsumen..

Dari hasil observasi awal di temukan Banyak terdapat berbagai keluhan-keluhan pelanggan terkait pada aspek *servicescape* dan kualitas layanannya pada Hotel Sahid Kawanua Manado yaitu, Kamar yang berbau dan bed cover yang berdebu, AC tidak dingin, kamar mandi yang seadanya dan kurang bersih, dll. Masih banyaknya keluhan dari konsumen yang menginap dapat menyebabkan turunnya tingkat hunian dan pembelian kamar. Begitu banyaknya harapan yang diinginkan konsumen agar lebih nyaman dan mendapatkan fasilitas-fasilitas yang lebih baik

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado**".

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. *Servicescape* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di hotel sahid kawanua manado.
2. *Servicescape* terhadap kepuasan konsumen di hotel sahid kawanua manado.
3. Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di hotel sahid kawanua manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Servicescape

Lovelock dan Wirtz (2011), mendefinisikan "servicescape merupakan kesan-kesan yang di ciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan". Berdasarkan beberapa definisi ahli mengenai servicescape, penulis menyimpulkan bahwa servicescape merupakan lingkungan fisik yang ada disaat jasa disampaikan kepada pelanggan dan memiliki elemen-elemen tertentu yang masih berhubungan dengan konsep jasa tersebut

Kualitas Layanan

Kotler (2010:23) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Kepuasan Konsumen

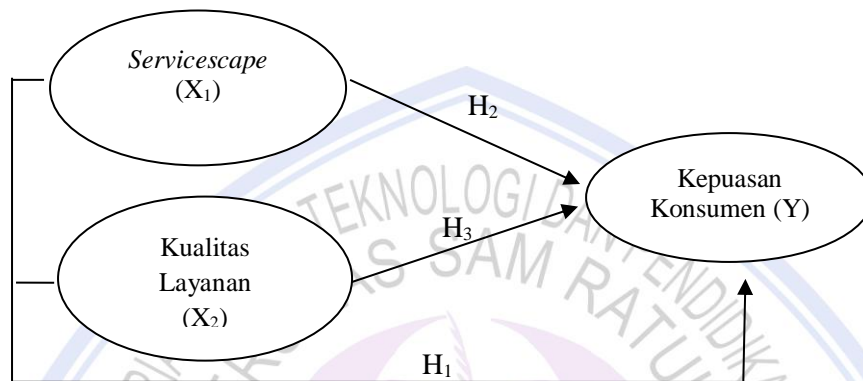
Daryanto dan Setyobudi (2014: 43) menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Penelitian Terdahulu

Putri (2018) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toko Oen Malang) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa servicescape secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Wardani (2018) dalam penelitiannya yang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara) yang hasil Penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Hasil Olah Data (2019)

Hipotesis

- H₁ : Diduga *Servicescape* dan Kualitas Layanan berpengaruh secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado.
- H₂ : Diduga *Servicescape* berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado.
- H₃ : Diduga Kualitas Layanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Sahid Kawanua Manado.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012 :112).

Tempat dan Waktu

Tempat penelitian yang diteliti penulis bertempat di Hotel Sahid Kawanua Manado yang berlokasi di Jl. Sam Ratulangi No.1, Wenang Utara, Kota Manado, Sulawesi Utara.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan oleh peneliti sebagai objek penelitian adalah semua tamu yang menginap di hotel sahid kawanua dalam satu tahun terakhir yaitu di tahun 2018. Sampel adalah bagian dari populasi dengan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2012 : 116). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Jumlah keseluruhan sampel yaitu 100 orang.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam pengolahan data ini adalah analisis regresi linear berganda. Regresi berganda adalah metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas (Nugroho, 2011 : 92). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Servicescape* (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) sedangkan untuk variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Sig	R Hitung	R Tabel	Keterangan	Cronbach alpha	Keterangan
MOTIVASI						
X1.1	0,000	0,724				
X1.2	0,000	0,671				
X1.3	0,000	0,592				
X1.4	0,000	0,761				
X1.5	0,000	0,675	0,196	Valid	0,882	Reliabel
X1.6	0,000	0,698				
X1.7	0,000	0,729				
X1.8	0,000	0,631				
X1.9	0,000	0,692				
X1.10	0,000	0,764				
LINGKUNGAN KERJA FISIK						
X2.1	0,000	0,690				
X2.2	0,000	0,823				
X2.3	0,000	0,753				
X2.4	0,000	0,692				
X2.5	0,000	0,737	0,196	Valid	0,903	X Reliabel
X2.6	0,000	0,695				
X2.7	0,000	0,667				
X2.8	0,000	0,795				
X2.9	0,000	0,687				
X2.10	0,000	0,757				
KEPUASAN KERJA						
Y.1	0,000	0,682				
Y.2	0,000	0,690				
Y.3	0,000	0,688				
Y.4	0,000	0,681	0,196	Valid	0,788	Reliabel
Y.5	0,000	0,517				
Y.6	0,000	0,457				
Y.7	0,000	0,665				
Y.8	0,000	0,686				

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS 24 (2018)

Uji Validitas (*Validity Test*)

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2011:134) bila koefisien korelasi sama dengan 0,5 atau lebih (paling kecil 0,5), maka butir instrumen dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah $< \alpha$ yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid.

Uji Reliabilitas (*Reability Test*)

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai alpha cronbach, apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan).

Pada tabel 1 dapat diketahui nilai Reliabilitas (*Alpha Cronbach*) tiap variabel. Untuk variabel *servicescape* (X_1) nilai alpha cronbach sebesar 0,882 untuk variabel kualitas layanan (X_2) sebesar 0,903, dan untuk variabel kepuasan kerja (Y) sebesar 0,788. Karena nilai dari setiap pernyataan pada variabel motivasi, lingkungan kerja fisik, stres kerja dan kepuasan kerja nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ sehingga dinyatakan Reliabel. Hal ini sejalan dengan pendapat Ghozali (2001), bahwa pernyataan dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* $> 0,6$. Jadi dapat dikatakan seluruh pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel (dapat diandalkan)

Uji Asumsi Klasik

Uji melihat layak atau tidaknya model regresi yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat berdasarkan masukan variabel bebasnya, maka model regresi harus terbebas dari beberapa asumsi, antara lain:

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

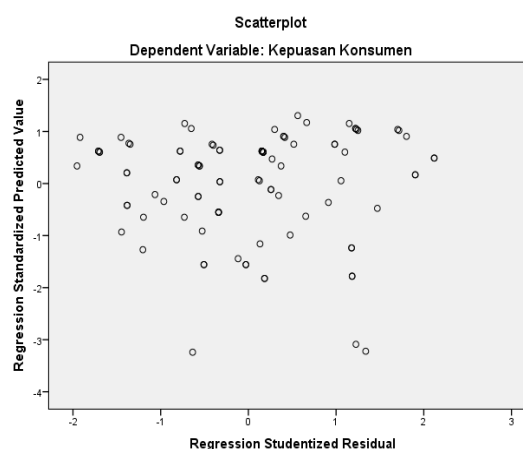
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Servicescape	,675	1,231
Kualitas Layanan	,651	1,231

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 24 (2019)

Berdasarkan hasil pada tabel 2 dapat dilihat, tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF < 10 . Hasil perhitungan menghasilkan nilai VIF untuk *servicescape* (X_1) dan kualitas layanan (X_2) dibawah angka 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

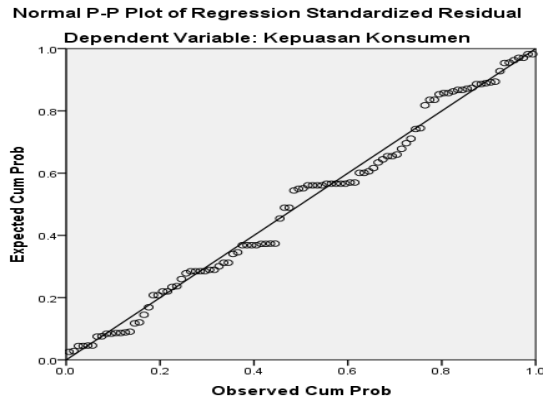


Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS 24, 2019

Pada gambar 2 grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heteroskedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen (Y).

Uji Normalitas



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS 24, 2019

Pada gambar 3 menunjukkan bahwa grafik uji normalitas menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebaran mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Koefisien Korelasi (R)

Tabel 3. Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F	df1	df2		
1	.612 ^a	.375	.362	2.16163	.375	29.084	2	97	.000	1.585

a. Predictors: (Constant), Servicespcae, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 24, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS 24 seperti yang ada pada tabel 3 diatas maka dapat dilihat nilai (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,612 yang artinya hubungan antara servicescape dan kualitas layanan dengan kepuasan kerja mempunyai hubungan yang kuat.

Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) ini bertujuan untuk melihat besar kecil pengaruhnya variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Berdasarkan hasil tabel 4 Nilai R Square adalah 0,375 atau 37,5% artinya pengaruh semua variabel bebas servicescape (X₁) dan kualitas layanan (X₂) terhadap variabel independen kepuasan konsumen sebesar 37,5% dan sisanya sebesar 62,5% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Dengan demikian variabel independen meliputi servicescape (X₁) dan kualitas layanan (X₂) memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan komsumen (Y).

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Berganda**

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.068	2.426		7.035	.000
Servicescape	.251	.067	.331	3.717	.000
Kualitas Layanan	.220	.050	.391	4.392	.000

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 24, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS 24 seperti pada tabel 4 maka di dapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 17.068 + 0.251X_1 + 0.220X_2$$

Konstanta sebesar 17.068 memberikan pengertian bahwa jika servicescape (X_1) dan kualitas layanan (X_2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya kepuasan konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado sebesar 17.068 satuan.

Koefisien regresi dari servicescape (X_1) sebesar 0.251 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) dan jika variabel servicescape (X_1) bertambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.251 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Koefisien regresi dari kualitas layanan (X_2) sebesar 0.220 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) dan jika variabel kualitas layanan (X_3) bertambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.220 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Uji F (Secara Simultan)

Pada tabel dibawah ini dapat dilihat uji F untuk menguji semua variabel bebas pengaruh servicescape (X_1) dan kualitas layanan (X_2) yang akan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 5. Hasil Uji F (Secara Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	271.795	2	135.898	29.084	.000 ^b
	Residual	453.245	97	4.673		
	Total	725.040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Servicescape, Kualitas Layanan

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 24, 2019

Hasil analisis regresi menggunakan SPSS 24 didapatkan dengan tingkat signifikan p-value = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa servicescape (X_1), dan kualitas layanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan**Pengaruh Servicescape dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh servicescape dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sahid kawanua Manado, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hasil ini mendukung penelitian Asdhi (2017) yang berjudul Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Xl Center Malang dimana hasil penelitiannya yaitu variabel Servicescape dan Kualitas Layanan membuktikan secara parsial dan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen

Definisi servicescape dijelaskan sebagai lingkungan fisik yang didalamnya mencakup pelayanan pada suatu fasilitas interior ataupun fasilitas di eksteriornya. Pelayanannya tersebut meliputi penilaian terhadap interior desain, desain exterior, simbol, tempat parkir, peralatan yang disediakan, denah layout, kualitas udara ataupun suhu udara yang ada pada fasilitas tersebut. Kata servicescape itu sendiri jarang digunakan di keseharian, namun kata ini sangat mudah dijelaskan dengan contoh kata seperti denah, kondisi lingkungan sekitar, temperature udara, kualitas udara, kebisingan, musik, gaya dekorasi dan lebih banyak lagi. Servicescape itu sendiri diilustrasikan dengan mengkombinasikan perasaan kognitif, emosional dan juga fisiologis. Ini artinya dari beberapa indra perasa manusia dapat digunakan sebagai alat respon dan pemberi informasi mengenai ruangan ataupun lingkungan sekitar yang dirasakan oleh manusianya.

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa Servicescape berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hasil ini mendukung penelitian Setiady (2015) yang berjudul Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Floating Market Lembang dimana hasil penelitiannya yang membuktikan bahwa Servicescape berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Sahid kawanua, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hasil ini mendukung penelitian Apriyani (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo) dimana hasil penelitian yaitu variabel lingkungan kerja Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Servicescape dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado.
2. Servicescape secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado.
3. Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Hotel Sahid Kawanua Manado harus dapat melakukan perbaikan lingkungan fisik (Servicescape) seperti merancang interior menjadi lebih menarik, kenyamanan kamar, kebersihan lingkungan layanan, kualitas peralatan dan perabotan yang menunjang kecepatan dan kemudahan dalam memberikan layanan terhadap konsumen, serta para karyawan yang bersikap ramah dan berpenampilan rapi. Perbaikan layanan tersebut diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen agar meningkatkan loyalitas konsumen supaya semakin tinggi
2. Bagi peneliti berikutnya sebaiknya melakukan penelitian dengan mengangkat faktor- faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang belum di ungkapkan dalam penelitian ini. Dengan demikian, hasilnya akan lebih beragam guna menambah referensi dalam pemecahan masalah menurunnya kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asdhi. 2017. Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di XI Center Malang. *Jurnal Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang*. Vol 3 No 2 <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/113> Diakses tanggal 3 oktober 2019.
- Apriyani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 51 No 2 <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2124> Diakses tanggal 3 Oktober 2019.
- Ardana, dkk. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha ilmu, Yogyakarta.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gaya Media, Malang
- Handoko, T. Hani. 2011. *Manajemen Personalial Sumberdaya Manusia*. BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2*. Erlangga, Jakarta.
- Lovelock dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Erlangga, Jakarta.
- Nugroho, A. 2011. *Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data*. Media Komputindo, Jakarta
- Nitisemito. 2002. *Manajemen Personalial*. Cetakan ke 9. Edisi ke 4. Ghalia Indonesia, Jakarta..
- Rivai. 2004. *Penilaian Prestasi Kerja Teori dan Praktek*. PT. Ganudra Pustaka Utama, Jakarta.
- Putri, Erdina Novita. 2018. Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toko Oen Malang). *Jurnal administrasi Bisnis*. [Vol 62. No 1](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2650) <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2650> Diakses tanggal 3 oktober 2019.
- Setiady. 2015. Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Floating Market Lembang. *Jurnal penelitian dan pengembangan Resort & Leisure*. Vol 12 No 1 <http://ejournal.upi.edu/index.php/jurel/article/view/1052> Diakses tanggal 3 Oktober 2019.
- Stephen, Robbins. 2015. *Perilaku Organisasi*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sedarmayanti. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. PT Refka Aditama, Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke enam belas. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Afabeta, Bandung.
- Wardani, Tri Ulfa (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara). *Skripsi thesis*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara <http://repository.uinsu.ac.id/3449/> Diakses tanggal 3 oktober 2019.
- Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.