

INTISARI

Penelitian ini dilakukan karena *Servicescape* berperan penting dalam kemajuan hubungan perusahaan dengan konsumen maupun karyawan, komunikasi dalam *servicescape* membuat hubungan antar restoran dan konsumen menjadi lebih baik, produk dan jasa di desain menjadi satu kesatuan yang memberikan *image* tertentu sehingga mampu menarik reaksi emosional konsumen. *Servicescape* merupakan penampilan *tangible* organisasi dan karena itu menjadi sangat penting dalam membentuk kesan atau awal dalam membentuk harapan konsumen dari perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap *servicescapes* pada restoran Waroeng Bamboe Kota Batu, dengan menggunakan 3 dimensi dari *servicescapes* yaitu *ambient conditions; spatial layout and functionality; sign, symbol and artifacts*. Target populasi yaitu responden pria dan wanita yang pernah makan di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu. Berdomisili baik di Batu dan luar kota Batu, pendidikan minimal SMA atau sederajat. Memiliki karakteristik populasi yaitu pelanggan yang pernah makan di restoran Waroeng Bamboe minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *convenience sampling*.

Aras yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah *Numerical Scale* (Skala Numeris),. Penelitian ini menggunakan Statistik Deskriptif yakni antara lain *Mean* (rata-rata), *Standard Deviation* (simpangan baku), Koefisien Varians.

Dari hasil penelitian didapatkan hasil nilai rata-rata hitung tertinggi ditunjukkan oleh dimensi *Ambient Conditions* terutama ditunjukkan oleh indikator kesejukan udara di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu. Responden merasakan udara di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu sejuk dan membuat responden nyaman berada di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu.

Kata Kunci : *Persepsi, Servicescapes, Mean*

ABSTRACT

This study is to prove that servicescape take an essential part inside the company. Servicescape is one of the essential part in company's relationship with customers also employee. In restaurant, Servicescape is helping the owner and consumer in terms communication. Communication between owner and consumer is one of the essential part to gain mutual benefit. Despite to gain mutual relationship, it is purposely helping owner to design products and services that able attract consumer's perception and emotion towards it. The purpose of this study was to describe the consumer's perception of the servicescapes Waroeng Bamboe Kota Batu, using the third dimension of the ambient conditions servicescapes; spatial layout and functionality; sign, symbols and artifacts. Target population is male and female respondents who ever ate at the Waroeng Bamboe Kota Batu. Reside both in and outside Surabaya Surabaya, at least high school education or equivalent. Population characteristics that customers who have eaten at Waroeng Bamboe Kota Batu at least 2 times in the last 6 months. The sampling technique used was nonprobability sampling by convenience sampling technique.

Cedar is used in this study is the cedar interval. The scale of measurement in this study is Numercial Scale (numerical scale). This study uses descriptive statistics that include mean, Standard Deviation (standard deviation), Coefficient of Variance.

From the result showed the average value indicated by the highest count-dimensional ambient conditions is mainly indicated by the neatness of the arrangement layout indicator on the Waroeng Bamboe Kota Batu. Respondents felt that restaurant Warung Bamboe Batu's air cool and make respondents comfortable in Waroeng Bamboe Kota Batu.

Keyword : Perception, Servicescapes, Mean