

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan penerapan konsep *Servicescapes* pada Gubuk Makan MANG ENGKING di Surabaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Setiap perusahaan secara sadar atau tidak memiliki lingkungan fisik yang dinilai oleh pelanggannya. Lingkungan fisik dapat bernilai positif atau negatif, tergantung bagaimana perusahaan membentuk lingkungan fisik tersebut di mata pelanggan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Deskriptif, dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu responden yang pernah makan di Gubuk Makan MANG ENGKING. Metode yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* yang dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer *SPSS for Windows 15.00*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *Servicescapes* yang dimiliki oleh Gubuk Makan MANG ENGKING di Surabaya dinilai baik oleh pelanggan.

Kata Kunci : *Servicescapes*.

## **ABSTRACT**

This research aims to identify and describe the application of servicescapes on Gubuk Makan MANG ENKING Surabaya in perception by customers. Each company has consciously or not assessed by the servicescapes. Servicescapes can be positive or negative depending on how the company established its reputation in the eyes of customers.

This research use descriptive research, and with the type of quantitative approach. All the population of customers who had used the services Gubuk Makan MANG ENKING. The method used is the Pearson Product Moment which was performed with SPSS for Windows 15.00.

The finding of this research indicate that servicescapes is owned by Gubuk Makan MANG ENKING in Surabaya assessed both by customers and company are good.

Key Word : Servicescapes.