

## INTISARI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali lebih dalam *Servicescape* yang dirasakan konsumen dalam berkunjung ke Food Festival Pakuwon City di Surabaya. Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah tempat makan Food Festival Pakuwon City Surabaya.

Penelitian ini dibatasi hanya pengunjung Food Festival Pakuwon City dan menggunakan konsep *Servicescape* oleh M.J. Bitner. Sumber data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara secara mendalam (*depth interview*) dengan delapan informan yang telah dipilih sesuai karakteristik yang telah ditetapkan, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan cara *judgmental sampling*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*.

Dari hasil pengolahan data primer melalui langkah tersebut dapat diketahui bahwa elemen *Physical Environmental Dimensions (customer responses)* yang dirasakan informan terkait *Ambient Conditions, Space/Function, Sign, Symbols, and Artifacts*. Elemen *Internal Responses (customer responses)* yang dirasakan informan yaitu *Cognitive, Emotional, dan Physiological*. Serta elemen *Behavior (customer responses)* yaitu *Individual Behaviors*.

**Kata kunci :** *Servicescape, Physical Environmental Dimensions Internal Responses, Behavior.*

## ABSTRACT

*This research is a qualitative study that aims to delve more deeply felt by consumers in servicescape visiting Pakuwon City Food Festival in Surabaya. In this study the object used is a place to eat Food Festival Pakuwon City of Surabaya.*

*This study is limited to visitors Pakuwon Food Festival City and uses the concept servicescape by MJ Bitner. Source data used are primary data through in-depth interviews with eight informants who have been selected according to predetermined characteristics, using sampling techniques how judgmental nonprobability sampling with sampling. Processing the data in this study used open coding, axial coding and selective coding.*

*From processing of primary data through these steps can be seen that elements of the Environmental Physical Dimensions (customer responses) related informants perceived Ambient Conditions, Space / Function, Sign, Symbols, and Artifacts. Internal elements Responses (customer responses) informants perceived that Cognitive, Emotional, and Physiological. And elements of Behavior (customer responses) is Individual Behaviors.*

**Keywords:** Servicescape, Physical Environmental Dimensions, Internal, Behavior.