

PENGARUH SOCIAL SERVICESCAPE DAN PHYSICAL SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI K GALLERY HOTEL PANDAAN

Izza Ramadani Putri¹⁾, Baroroh Lestari²⁾, Arni Utamaningsih³⁾

^{1,2,3} Politeknik Negeri Malang

[*izzarmdniputri@gmail.com](mailto:izzarmdniputri@gmail.com) ¹⁾, baroroh.lestari@gmail.com ²⁾, arni6965@polinema.ac.id ³⁾

Abstrak

Industri perhotelan di Jawa Timur (Jatim) akan semakin membaik dengan adanya layanan sosial dan layanan fisik yang diterapkan oleh perusahaan. Lingkungan perhotelan menjadi salah satu kunci dalam mengelola pengalaman pelanggan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan referensi hotel bintang lima di Jawa Timur tepatnya di Pandaan, terdapat K Gallery Hotel dengan hotel bintang lima yang telah berkembang menjadi "One Stop Destination". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social services cape* dan *physical services cape* terhadap kepuasan konsumen di K Gallery Hotel Pandaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan langsung kepada 100 responden yang telah melakukan pembelian di K Gallery Hotel. Respon rate kuesioner sebanyak 100% dari 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisa data dengan menggunakan uji kuesioner, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis determinasi, pengujian hipotesis parsial, dan pengujian hipotesis simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *social services cape* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara parsial *physical services cape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *social services cape* dan *physical services cape* bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di K Gallery Hotel Pandaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa K Gallery Hotel Pandaan dapat mengevaluasi dan memperbaiki *social services cape* dan dapat meningkatkan dan mempertahankan *physical services cape* untuk lebih memberikan kepuasan konsumen atas pelayanan yang di telah diberikan.

Kata kunci: *Sosial Services Cape, Physical Services Cape, Kepuasan Konsumen, K Gallery Hotel Pandaan.*

Abstract

The hospitality industry in East Java will improve with the social services cape and physical services cape implemented by the company. The hospitality environment is one of the keys in managing customer experience to create consumer satisfaction. Based on references to five-star hotels in East Java, precisely in Pandaan, there is K Gallery Hotel which is a five-star hotel that has developed into a "One Stop Destination". This study aims to analyze the effect of social services cape and physical services cape on customer satisfaction at K Gallery Hotel Pandaan.

Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagiarism Checker No 77

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

This research was quantitative research. The data collection technique in this study used a questionnaire distributed directly to 100 respondents who had made purchase at K Gallery Hotel. Respondents to the questionnaire were 100% of 100 respondents. The sampling technique used was non probability sampling which was purposive sampling method. Data analysis used questionnaire tests, descriptive analysis, classical assumption tests, multiple regression analysis, determination analysis, partial hypothesis testing, and simultaneous hypothesis testing.

The results showed that partially, social services cape had a positive and insignificant effect on customer satisfaction, while physical services cape had a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of the study simultaneously show that social services cape and physical services cape together have a positive effect on customer satisfaction at K Gallery Hotel Pandaan.

Based on the results of this study, it can be concluded that K Gallery Hotel Pandaan can evaluate and improve social services cape and can improve and maintain physical services cape to further provide customer satisfaction with the services provided.

Keywords: *Social Services Cape, Physical Service Cape, Customer Satisfaction, K Gallery Hotel Pandaan.*

PENDAHULUAN

“Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris business, dari kata dasar busy yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan”. Musnaini et al (2020:4). Kebahagiaan konsumen dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk tumbuh di industri pariwisata dan lingkungan jasa. Kapasitas ini juga mempengaruhi terciptanya pengalaman konsumen yang memuaskan.

“Bisnis yang membedakan dirinya melalui saluran distribusi menciptakan keunggulan kompetitif dalam hal cakupan, kinerja, dan keahlian”. (Kotler & Amstrong, 2018:383). Pelanggan mungkin menilai kualitas-kualitas khusus ini dengan cara lain, seperti reputasi perusahaan. Terkadang kualitas-kualitas tersebut terlihat jelas dalam standar atau fitur produk atau layanan yang ditawarkan. Begitu juga dengan K Gallery Hotel Pandaan yang baru dibuka pada November 2019 dimana mendekati pandemi covid-19 terjadi adanya aturan pemerintah PPKM. Dengan konsep hotel bersatu dengan alam menjadikan hotel sebagai destinasi penginapan oleh banyak wisatawan lokal maupun non lokal. “One Stop Destination” disebut oleh pihak hotel maupun pelanggan dengan adanya area yang luas dengan berbagai aktivitas bermain untuk para pengunjung menjadi salah satu kualitas yang dimiliki.

Menurut Line & Hanks 2019:169 “*Social servicescape* didefinisikan sebagai persepsi karakteristik yang dapat diamati dari pelanggan lain maupun karyawan di lingkungan layanan, termasuk kemiripan, kesamaan penampilan, dan perilaku”. K Gallery Hotel Pandaan adalah sebuah hotel mewah bintang lima yang telah berkembang menjadi “One Stop Destination” tidak hanya sekedar menginap tetapi para tamu dapat berpartisipasi dalam permainan atau aktivitas yang tersedia. Selain menyediakan tempat menginap dan bersantai, hotel ini juga memperdayakan petani lokal guna menunjang kegiatan farm.

Menurut Wirtz & Lovelock, 2023:368) “Lingkungan layanan fisik atau *physical servicescape* dapat membantu dalam “merekayasa” emosi dan repons konsumen dan karyawan serta lingkungan dan suasana sekitar yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen”. K Gallery Hotel Pandaan menerapkan strategi diferensiasi, adanya konsep boutique hotel and resort dengan menawarkan konsep yang berkesinambungan dengan alam, adanya department

activity dan stable serta department farm yang tidak didapatkan di hotel lain, dan konsep break streamboot dengan hidangan makanan berkuah dengan beragam isian yang dimasak langsung di atas panci khusus. Lingkungan perhotelan merupakan salah satu kunci dalam mengelola pengalaman pelanggan.

Terkait penjelasan diatas, antara *social services cape* (dengan adanya interaksi layanan sosial seperti event, outbond, dan program edufarm) dan *physical servicescape* merupakan variabel-variabel yang saling berhubungan karena memfokuskan dan menggabungkan ke dalam bisnis perhotelan guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada K Gallery Hotel Pandaan. Adanya fenomena di atas diharapkan dapat lebih memahami variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri perhotelan khususnya K Gallery Hotel Pandaan dengan judul "Pengaruh *Social Servicescape* dan *Physical Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen Di K Gallery Hotel Pandaan".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen K Gallery Hotel dengan kriteria usia berumur lebih dari 17 tahun dan pengunjung yang pernah atau minimal satu kali pernah menginap atau melakukan transaksi penjualan dan memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan jasa dan produk yang ditawarkan oleh K Gallery Hotel. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel adalah teknik non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling dengan sampel total berjumlah 100 sampel atau responden.

Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada sejumlah responden. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, serta uji analisis regresi berganda, uji determinasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 yang berarti suatu item dianggap valid. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
Social Servicescape (X1)	X1.1	0,481	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,465	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,622	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,706	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,564	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,499	0,195	0,000	0,05	Valid
Physical Servicescape (X2)	X2.1	0,254	0,195	0,011	0,05	Valid
	X2.2	0,292	0,195	0,003	0,05	Valid
	X2.3	0,586	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,505	0,195	0,000	0,05	Valid

	X2.5	0,545	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.6	0,531	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.7	0,524	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.8	0,467	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.9	0,571	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.10	0,491	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.11	0,417	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.12	0,469	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2.13	0,454	0,195	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,423	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.2	0,594	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.3	0,494	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.4	0,591	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.5	0,652	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.6	0,582	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.7	0,744	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.8	0,669	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.9	0,503	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.10	0,540	0,195	0,000	0,05	Valid
	Y.11	0,479	0,195	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 1 uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur variabel *Social servicescape* (X1), *Physical Servicescape* (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah valid dengan hasil perhitungan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai apakah pengukuran yang digunakan tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrument memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya (reliabel) dan jika nilai koefisien $< 0,6$ maka instrument tidak memiliki reliabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya (tidak reliabel).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

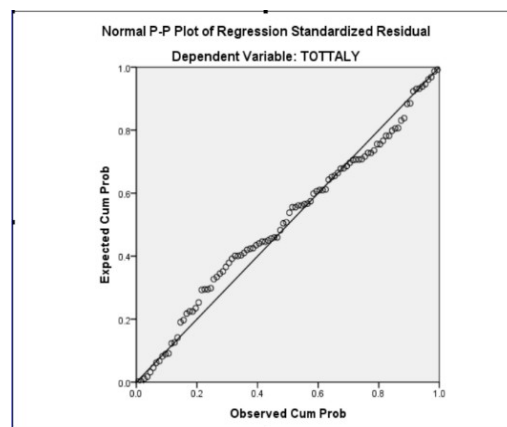
Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Social Servicescape (X1)	0,718	0,6	Reliabel
Physical Servicescape (X2)	0,715	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,743	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2 uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel *Social Servicescape* (X1) dinyatakan reliabel yang disebabkan nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,718. Pada variabel *Physical Servicescape* (X2) dinyatakan reliabel yang disebabkan nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,715. Sedangkan pada variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel yang disebabkan nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,743.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

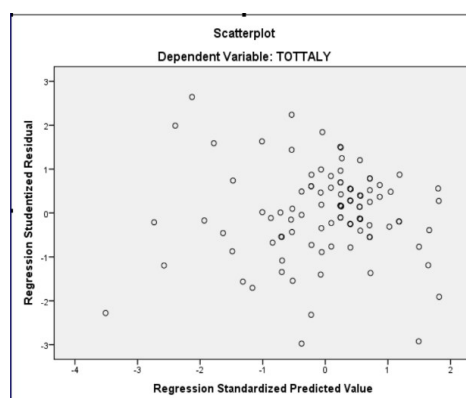


Gambar 1 Hasil Uji P-Plot

Sumber: Data diolah (2024)

Pada grafik P-Plot diatas berdasarkan gambar 1 menunjukkan data (titik-titik) yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal grafik histogram. Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan model regresi linier memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Scatterplot

Sumber: Data diolah (2024)

Pada penelitian ini dalam uji heteroskedastisitas berdasarkan gambar 2 dapat diketahui pada sumbu Y (0,3) dan (0,-3) bahwa titik-titik data menyebar di atas dan dibawah angka 0

serta tidak membentuk pola tertentu. oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan asumsi terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Social Servicescape</i> (X1)	0,666	1,502	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Physical Servicescape</i> (X2)	0,666	1,502	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 3 uji multikolinearitas diatas dapat dilihat dan diketahui bahwa semua nilai toleran untuk variabel *social servicescape* (X1) dan *physical servicescape* sebesar 0,666 > 0,10 dan semua nilai VIF (*varian inflation floor*) sebesar 1,502 < 10. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa data terbebas dari masalah multikolinearitas karena variabel *social servicescape* (X1) dan *physical servicescape* (X2) berdiri sendiri atau tidak saling berkaitan serta asumsi dapat terpenuhi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4 Analisis Regresi

Model	b	t hitung	Sig	Ket
Konstanta	1,636	0,341	0,734	
Total X1	0,545	2,863	0,005	Hipotesis Diterima
Total X2	0,564	5,647	0,000	Hipotesis Diterima
r = 0,690				
r2 =				
0,476 Adj. R2				
=				
0,466				
F hitung =				
44,132 Sig. F =				
0,000				
t tabel = 1,661				
F tabel = 3,09				

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4 diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$
$$Y = 1,636 + 0,545 X_1 + 0,564 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) = 1,636
Nilai konstanta (a) sebesar 1,636 dan bernilai positif berarti apabila variabel *social servicescape* (X_1) dan *physical servicescape* (X_2) diabaikan atau diasumsikan 0 (nol), maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) sama dengan nilai konstantanya yaitu sebesar 1,636. Nilai positif tersebut dapat diartikan bahwa konsumen tetap akan puas walaupun tidak terdapat *social servicescape* dan *physical servicescape*.
2. Koefisien regresi variabel *social servicescape* (b_1) = 0,545
Nilai koefisien regresi berganda *social servicescape* (X_1) sebesar 0,545 dan bernilai positif berarti variabel *social servicescape* (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian, apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 (satu) satuan pada variabel *social servicescape* (X_1) dan variabel *physical servicescape* (X_2) diasumsikan 0 (nol), maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,545.
3. Koefisien regresi variabel *physical servicescape* (b_2) = 0,564
Nilai koefisien regresi berganda pada *physical servicescape* (X_2) sebesar 0,564 dan bernilai positif berarti *physical servicescape* (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini berarti apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 (satu) satuan pada variabel *physical servicescape* (X_2) dan variabel *social servicescape* (X_1) diasumsikan 0 (nol), maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,564.
4. Koefisien bernilai positif bahwa dapat diartikan terjadi hubungan antara *social servicescape* dan *physical servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian semakin tinggi pengaruh *social servicescape* dan *physical servicescape* maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.

Analisis Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 4 tabel regresi dapat diketahui dan dijelaskan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,466 atau 46,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi atau kemampuan variabel *social servicescape* (X_1) dan *physical servicescape* (X_2) dalam menjelaskan variansi variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,466 atau 46,6% sedangkan sisanya (100% - 46,6%) 53,4% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 4 diperoleh bahwasannya nilai signifikan (α) = 0,05 (5%) dan diperoleh $df = (100 - 2 - 1) = 97$. Sehingga berdasarkan pada daftar tabel distribusi t diperoleh t tabel sebesar 1,66071 atau 1,661. Maka hasil pengujian hipotesis parsial dapat diketahui dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Social Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen
Diperoleh hasil dari pengujian hipotesis parsial variabel *social servicescape* (X_1) dengan nilai t hitung adalah sebesar $2,863 > t$ tabel 1,661 atau nilai signifikansi sebesar $0,05 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima dikarenakan variabel *social servicescape* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan.
2. Pengaruh *Physical Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen
Diperoleh hasil dari pengujian hipotesis parsial variabel *physical servicescape* (X_2) dengan nilai t hitung adalah sebesar $5,647 > t$ tabel 1,661 atau nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima dikarenakan variabel *physical servicescape* (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan.

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui dan diperoleh nilai F hitung adalah sebesar $44,132 > F$ tabel 3,09 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ sehingga hipotesis H3 diterima dan H03 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa *social servicescape* (X1) dan *physical servicescape* (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan.

Adapun hasil pembahasan dari penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *Social Servicescape* (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada penelitian ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima dikarenakan variabel *social servicescape* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan. Nilai positif tersebut dapat diartikan bahwa semakin meningkat *social servicescape* (X1) yang dimiliki oleh konsumen maka akan meningkat pula kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Line & Hanks (2019:182) yang menyatakan bahwa "Perilaku konsumen dalam mengunjungi suatu lokasi atau perusahaan atau hotel dapat dipengaruhi oleh *social servicescape*, sehingga *social servicescape* dapat mempengaruhi emosional dan kepuasan pengunjung terhadap kenyamanan lokasi atau perusahaan atau hotel".

2. Pengaruh *Physical Servicescape* (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada penelitian ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima dikarenakan variabel *physical servicescape* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan. Sehingga nilai positif tersebut dapat diartikan bahwa semakin meningkat *physical servicescape* (X2) yang dimiliki oleh konsumen maka akan meningkat pula kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Wirtz dan Lovelock (2023:368) bahwa "*Physical servicescape* juga diartikan sebagai hubungan antara desain dan tampilan lingkungan fisik serta aspek lain dari pengalaman konsumen yang dijumpai oleh konsumen di lokasi pemberian layanan".

3. Pengaruh *Social Servicescape* (X1) dan *Physical Servicescape* (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada penelitian ini, hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *social servicescape* (X1) dan *physical servicescape* (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan dan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan. Dalam model hipotesis ketiga diterima dan dapat dinyatakan bahwa *social servicescape* dan *physical servicescape* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di K Gallery Hotel Pandaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tajfel (1982) dalam jurnal Line & Hanks (2018:171) "Identitas sosial, individu mengembangkan aspek sosial dari identitas individu menjadi bagian dari suatu kelompok sosial. Konsumen lebih suka dikelilingi oleh konsumen lain yang memiliki sifat sama".

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini mengenai pengaruh *social servicescape* dan *physical servicescape* terhadap kepuasan konsumen di K Gallery Hotel Pandaan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, sebagai berikut:

Pada variabel *social servicescape* dihasilkan bahwa hipotesis diterima dikarenakan variabel *social servicescape* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan. Indikator *social servicescape* yaitu kedekatan dan kekuatan kurang mampu mendorong konsumen untuk mempertahankan interaksi antara konsumen dan karyawan. Oleh karena itu, upaya perusahaan dalam meningkatkan dan mempertahankan konsumen khususnya pada *social servicescape* atau interaksi yang dilakukan karyawan dan konsumen.

Physical servicescape secara parsial hipotesis diterima dikarenakan variabel *physical servicescape* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di K Gallery Hotel Pandaan. Hal ini membuktikan bahwa pada variabel *physical servicescape* dengan menggunakan indikator kondisi sekitar, ruang dan fungsi, serta tanda, simbol dan artefak yang diterapkan oleh K Gallery hotel dapat mendorong kepuasan konsumen.

Social servicescape dan *physical servicescape* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di K Gallery Hotel Pandaan. Hal ini dikarenakan K Gallery Hotel Pandaan telah menerapkan faktor-faktor *social servicescape* dan *physical servicescape* dengan baik. Hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen K gallery hotel Pandaan. Selain itu, dengan mengoptimalkan dan mempertahankan penerapan *social servicescape* dan *physical servicescape* secara bersama-sama dapat memberikan kepuasan konsumen pada K Gallery Hotel.

Pada penelitian ini dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, indikator variabel penelitian yang mendapatkan jawaban responden dengan nilai rata-rata terendah dapat dijadikan sebagai masukan atau saran bagi pihak-pihak yang terlibat, yaitu sebagai berikut:

1. Dari segi *social servicescape*, yang perlu dilakukan oleh K Gallry Hotel Pandaan yaitu: pada indikator kedekatan dengan ketegori rata-rata (mean) terendah perlu untuk ditingkatkan layanan sosial seperti interaksi antara karyawan dan konsumen meliputi jarak spasial, jarak temporal dan meninjau kembali apabila terdapat kepadatan dalam lingkungan layanan, sedangkan pada indikator kekuatan dengan kategori rata-rata (mean) tertinggi K Gallery Hotel Pandaan harus mempertahankan indikator kekuatan seperti fungsi usia, kelas sosial, dan kedalaman hubungan hierarki guna tetap memberikan kepuasan konsumen.
2. Dari segi *physical servicescape*, yang perlu dilakukan oleh K Gallery Hotel Pandaan yaitu: pada indikator ruang dan fungsi dengan kategori rata-rata (mean) terendah perlu untuk ditingkatkan dalam penerapan layanan fisik seperti tata ruang, fungsionalitas, perlengkapan dan perabotan serta memperbaiki layanan fisik tersebut jika perlu, sedangkan pada indikator kondisi sekitar dengan kategori rata-rata (mean) tertinggi K Gallery Hotel Pandaan harus mempertahankan indikator tersebut seperti musik, kebisingan, aroma, bau, skema warna, dan pencahayaan guna tetap memberikan kepuasan konsumen.
3. Dari segi kepuasan konsumen, yang perlu dilakukan oleh K Gallry Hotel Pandaan yaitu: pada indikator *attributes relate to product* (atribut berhubungan dengan produk) dengan ketegori rata-rata mean terendah perlu untuk ditingkatkan kepuasan konsumen seperti penetapan nilai dari harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, kemampuan jasa menentukan kepuasan, manfaat dari produk, dan manfaat dari jasa serta memperbaiki item tersebut jika perlu, sedangkan pada indikator *attributes relate to purchase* (atribut berhubungan dengan pembelian) dengan kategori rata-rata (mean) tertinggi K Gallery Hotel Pandaan harus mempertahankan indikator *attributes relate to purchase* (atribut berhubungan dengan pembelian) seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan, dan reputasi perusahaan guna tetap memberikan kepuasan konsumen.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan indikator lain atau menambah indikator lain agar penelitian semakin tepat dan akurat.

REFERENSI

- Kotler, A. O. (2018). *Principle Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.Ebook.
- Mashur, R. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Molli, W. (2020). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Yogyakarta: Bintang Madani.
- Musnaini, Audia, J., & Hadion. (2020). *Digital Business*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.