

Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen Uda Fes Kuliner's Cabang Juanda di Kota Padang

Toberi Vonika¹, Rose Rahmidani²

Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
vonikadoank@gmail.com¹, rose_rahmidani@fe.unp.ac.id²

Abstract: *This study aims to know and prove how much influence the servicescape to consumer satisfactions cafe uda fes kuliner's branch Juanda in Padang City. This type of research is causal associative. The population in this study consumer uda fes kuliner's branch Juanda in Padang City with the sampling technique used purposive sampling. The samples were taken using Cochran formula with 100 respondents. This sampling technique is based on nonprobability sampling method. The type of data used in this study is primary data. Data analysis technique used multiple regression analysis technique using SPSS version 21.00. The results of this study indicate that: 1) Ambient conditions has a significant effect on consumer satisfaction ($0,035 < 0,05$), 2) Spatial Layout and Functions has a positive significant effect on consumer satisfaction ($0,008 > 0,05$), 3) Signs, Symbols, and Artifact has a positive significant effect on consumer satisfaction ($0,018 < 0,05$).*

Keywords: *ambient conditions, spatial layout and functions, signs symbols and artifact, consumer satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner saat ini tumbuh semakin pesat dan sangat berpengaruh terhadap perekonomian Nasional, mulai dari industri makanan dan minuman (*food and beverage*) atau restoran dan cafe. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa tahun 2018, perekonomian Indonesia tumbuh 5,17 % lebih tinggi dibandingkan tahun 2017 sebesar 5,07 %, dimana semua sektor ekonomi mengalami pertumbuhan. Sektor perdagangan, hotel, restoran dan kafe telah memberikan sumbangan besar terhadap total pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama tahun 2017. Peningkatan persentase pertumbuhan pada sektor perdagangan, hotel, restoran dan kafe di Indonesia pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 0,59 dibandingkan sumber pertumbuhan ekonomi lainnya seperti industri pengolahan, pertanian dan sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan sektor perdagangan, hotel, restoran dan kafe di Indonesia memberikan kontribusi yang baik bagi perekonomian Nasional. (sumber: BPS 2019)

Seiring dengan berkembangnya zaman, gaya hidup masyarakat kota juga mengalami perubahan, salah satu gaya hidup masyarakat kota zaman sekarang adalah kebiasaan meluangkan waktu di kafe. Dengan fenomena itu, membuat pertumbuhan bisnis kafe di kota-kota besar di Indonesia sangat banyak jumlahnya, salah satunya di kota Padang. Sebagai salah satu kota besar di Sumatera Barat, Padang dengan jumlah penduduk mencapai 12,968 jiwa dengan persentase 1,48% per tahun yaitu pada tahun 2018 (hariansinggalang.co.id). tingginya pertumbuhan penduduk kota Padang dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dengan cara

mendirikan kafe dan restoran, salah satunya yaitu Uda Fes kuliner's. Berikut data pertumbuhan restoran dan kafe di kota Padang:

Tabel 1. Jumlah restoran dan kafe di Padang

Tahun	Restoran dan Kafe
2013	60
2014	64
2015	66
2016	246
2017	267

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, 2018

Berdasarkan tabel 1 di atas, diketahui bahwa jumlah restoran dan kafe di kota Padang mengalami peningkatan. Bila dilihat peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2016, dari yang sebelumnya berjumlah 66 naik menjadi 246. Pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang mengatakan hal ini terjadi karena tiga tahun terakhir kegiatan pencatatan tidak berjalan semestinya dan mulai berjalan lagi pada tahun 2016. Meskipun demikian, dari tahun 2016 ke 2017 jumlah restoran dan kafe mengalami peningkatan, dengan demikian dapat diketahui bahwa pelaku bisnis khususnya untuk restoran dan kafe di kota Padang sudah menjamur.

Di Indonesia saat sekarang ini terutama di kota Padang sendiri menghabiskan waktu luang di kafe saat ini telah menjadi fenomena yang telah mewarnai pola kehidupan masyarakat yang dipengaruhi gaya hidup. Fenomena ini telah dipandang oleh para pelaku bisnis kafe untuk menciptakan kafe yang dapat memenuhi keinginan pelanggan dalam mencapai kepuasan pelanggan tersebut. Kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner tentunya menjadi fokus penting bagi kelangsungan bisnis seiring dengan semakin meningkatnya bisnis makanan dan minuman dewasa ini, karena persaingan semakin bertambah ketat.

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk tetap bertahan dan terus berkembang dan meraih kesuksesan. Kepuasan adalah perasaan senang yang dirasakan konsumen karena mendapatkan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas suatu produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya, hal ini ditunjukkan konsumen setelah terjadinya proses pembelian. (Kotler, 2009).

Apabila di sebuah perusahaan tersebut sudah mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, maka hal tersebut akan memberi banyak manfaat bagi perusahaan itu sendiri, misalnya meningkatkan loyalitas pelanggan, dan hal tersebut akan mencegah suatu perputaran. (Hanifa, dkk, 2019). Jika pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya dengan pelanggan yang tidak puas, mereka akan memilih untuk mencari informasi produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *servicescape*. Menurut Lupiyoadi (2013:120) kepuasan konsumen dapat dibangun melalui *servicescape*, yang mana lingkungan tempat penyampaian jasa tersebut berada memiliki peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pelanggan. *Servicescape* disini memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen, karena konsep *servicescape* ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen sehingga konsumen merasa puas. Hal ini sejalan

dengan teori yang disampaikan oleh Miles dan Cannon (2012), yang menyatakan bahwa ada hubungan signifikan antara *servicescape* dan kepuasan konsumen.

Menurut Lovelock & Wirtz (2011:284) dimensi yang terdapat dalam lingkungan fisik (*servicescape*) meliputi *ambient conditions* (aroma, musik, pencahayaan, suhu, kebisingan) *spatial layout and functionality* (layout ruangan, peralatan, furnitur), *signs, symbols and artifacts* (logo dan lambang). Perusahaan berusaha untuk memberikan kepuasan terhadap panca indra mulai dari mata, hidung, telinga, mulut, serta tangan.

Dalam menciptakan kepuasan konsumen para pelaku bisnis perlu memperhatikan lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi dari jasa itu sendiri. Maka dari itu pelaku bisnis perlu memperhatikan setiap lingkungan jasa tersebut khususnya kafe Uda Fes Kuliner's. Berdasarkan penelusuran peneliti menemukan dari salah satu sumber web Uda Fes Kuliner's cabang Juanda. Dalam hal ini konsumen masih merasakan ketidakpuasan terhadap *servicescape* yang diberikan oleh Uda Fes Kuliner's cabang Juanda. Pada tabel 2 di bawah ini masih ditemukan keluhan tentang lingkungan fisik dan kepuasan konsumen. Hal tersebut tidak sesuai harapan Uda Fes Kuliner's cabang Juanda dimana menciptakan lingkungan fisik dan kepuasan konsumen yang baik untuk kepuasan pelanggan mereka.

Tabel 1. Keluhan Pelanggan

No	Nama	Keluhan
1	Suwarni BB (Juni 2019)	Musik yang cukup keras dan cukup mengganggu. Tempatnya bagus sih hanya saja di tempat yang senyaman ini di putar lagu yang cukup keras, cukup mengganggu. Apalagi tempat makan itu terkadang jadi tempat nongkrong setelah makan.
2	Anes Atos (Juni 2019)	Tidak terpenuhinya harapan pelanggan kepada layout dan peralatan yang digunakan oleh kafe tersebut. Semoga ada perbaikan kedepannya. dari pelayanan, tempat sajian sayurnya, toilet dan tempat sholatnya yang sangat sempit. Dan kalau bisa benar-benar <i>real pict</i> .
3	Yussya Aulia Malik (Juni 2019)	Pencahayaan dan Peralatan yang digunakan oleh kafe. Tempatnya rada gelap gtu, masakan biasa aja, dan yang paling gua gak suka adalah wastafel nya jorok banget, airnya mampt, sorry cukup satu kali aja kesini nampaknya.

Sumber: <https://uda-fes-kuliner's-spefisik-ayam-jingkrak.business.site>

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa fenomena berdasarkan review dari ulasan setiap konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda menunjukkan bahwa masih ada keluhan-keluhan konsumen. Keluhan tersebut seperti musik yang diputar cukup keras dan cukup mengganggu, Pencahayaan dan peralatan yang digunakan oleh kafe kurang tepat dan memadai, *layout* kafe dan wastafel yang kurang bersih.

Setelah peneliti mengamati atau melakukan observasi ke Uda Fes Kuliner's cabang Juanda jika dilihat dari *servicescape* (lingkungan fisik), dan masih adanya kekurangan/ yang bermasalah terhadap lingkungan fisik ditempat. Hal pertama yang di temui peneliti ialah mengenai pencahayaan, pemilihan warna dinding kafe dan lingkungan eksterior kafe yang kurang bersih. Untuk memperkuat atau melihat bagaimana kepuasan konsumen di Uda Fes

Kuliner's cabang Juanda di kota Padang dilakukan survey awal. Survey awal dilakukan sebanyak 30 orang konsumen yang pernah mengunjungi kafe tersebut.

Tabel 2. Gambaran Servicescape dan Kepuasan Konsumen di Uda Fes Kuliner's Cabang Juanda

No	Pertanyaan	S	%	TS	%
<i>Servicescape (ambient conditions)</i>					
1	Pencahayaan di Uda Fes Kuliner's sudah sesuai dengan warna ruangan.	11	37	19	63
Kepuasan Konsumen					
2	Saya berminat kembali berkunjung ke Uda Fes Kuliner's karena fasilitas yang menyenangkan	14	47	16	53
3	Fasilitas layanan di Uda Fes Kuliner's sesuai dengan harapan	13	43	17	57

Sumber: Data Primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pencahayaan di di kafe masih belum tepat dan kurang menarik. Masih kurangnya fasilitas layanan yang membuat konsumen kurang nyaman saat berada di kafe tersebut. Fasilitas layanan yang masih belum sesuai dengan harapan konsumen ini tentu nantinya akan membuat konsumen tidak betah untuk berlama-lama di kafe tersebut.

Untuk selanjutnya konsumen tidak akan tertarik untuk berkunjung kembali dan disini konsumen tidak akan puas. Selain itu pelanggan yang merasa tidak puas cenderung tidak akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut bahkan ada juga pelanggan yang menyampaikan ketidakpuasannya terhadap suatu produk kepada orang lain. Konsumen yang tidak puas ini sangat mempengaruhi citra dari suatu produk atau jasa tersebut. Selanjutnya pelanggan yang tidak puas juga akan memilih untuk mencari informasi produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkan. Kemudian mereka menggunakan produk atau jasa baru yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan mereka dan meninggalkan produk atau jasa yang sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian assosiatif kausal, dimana penelitian ini menjelaskan dan menggambarkan hubungan sebab akibat dari variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh *ambient conditions, spatial layout and functions* dan *signs symbols and artifact* terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuline's cabang Juanda di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan September 2019. Kemudian yang dijadikan populasi pada penelitian ini adalah konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda, namun jumlah populasi tidak diketahui.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana teknik ini dalam pengambilan sampelnya berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini besarnya sampel ditentukan dengan rumus Chocran yaitu sebanyak 100 konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda kota Padang. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer berupa jawaban kuesioner responden dari pertanyaan yang telah dibuat peneliti terhadap variabel bebas yaitu *ambient conditions, spatial layout and functions* dan *signs symbols and artifact*

dan selanjutnya sebagai variabel terikat yaitu kepuasan konsumen kafe Uda Fes Kuliner's cabang Juanda. Kemudian teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a, b}	Std. Deviation	2,24320679
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,039
	Negative	-,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,748
Asymp. Sig. (2-tailed)		,631

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan data statistik SPSS 21 (2019)

Dari tabel di atas terlihat bahwa signifikan semua variabel yakni $0,631 > 0,05$. Artinya semua variabel datanya terdistribusi secara normal.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Sig.	Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)	,000		
Ambient Conditions	,035	,935	1,070
1 Spasial Layout and Functions	,008	,824	1,213
Signs, Symbols and Artifact	,018	,778	1,285

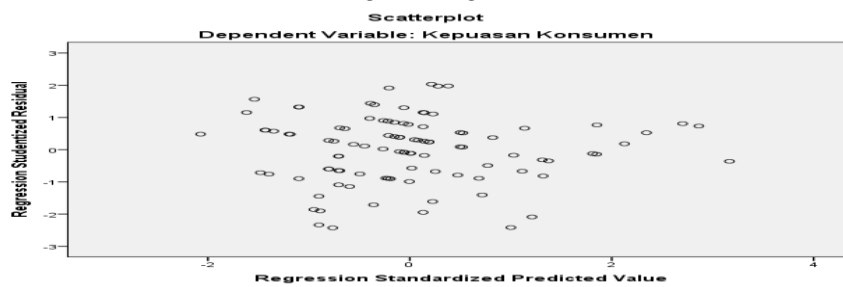
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Pengolahan data statistik SPSS 21 (2019)

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa tiga variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dimasukkan kedalam suatu model, dimana VIF (*Varians Inflating Factor*) kedua nilai variabel bebas sekitar 1 yaitu pada variabel X_1 sebesar 1,070, variabel X_2 sebesar 1,213 dan pada variabel X_3 sebesar 1,285 dengan tingkat *tolerance* mendekati 1.

Menurut analisis ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas atau tidak ada hubungan antara sesama variabel bebas yaitu *ambient conditions, spatial layout and*

functions, dan *signs symbols and artifact* terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat dimasukkan ke dalam model regresi berganda.



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas

Sumber: Pengolahan data statistik SPSS 21 (2019)

Dari gambar diatas, terlihat bahwa penyebaran residual dalam penelitian ini tidak teratur, dapat dilihat pada plot yang terpecah dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, kesimpulan yang bias diambil adalah tidak terjadi gejala homokedastisitas atau persamaan regresi memenuhi asumsi heterokedastisitas.

Analisis regresi berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tiga variabel bebas yaitu *ambient conditions*, *spatial layout and functions*, *signs symbols and artifact* yang mempengaruhi kepuasan konsumen kafe Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda di Kota Padang. Berdasarkan pengolahan data dengan SPSS, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil analisis regresi berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	38,666	9,781		3,953	,000	
1	Ambient Conditions	-,451	,210	-,203	-2,142	,035
	Spasial Layout and Functions	,273	,101	,272	2,699	,008
	Signs, Symbols and Artifact	,165	,068	,250	2,409	,018

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Pengolahan data statistik SPSS 21 (2019)

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka dilakukan pengujian hipotesis melalui Uji t untuk melihat pengaruh secara parsial setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesis 1

Hipotesis pertama pada data penelitian ini adalah *ambient conditions* (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda di Kota Padang. Berdasarkan tabel diatas, diketahui besat $t\text{-hitung} = 2,145 > t\text{-tabel} = 1,984$ dengan $\alpha = 0,05$ atau level sig = $0,035 < 0,05$ dan nilai koefisien negatif -451. Artinya terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara *ambient conditions* terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda di Kota Padang.

Hipotesis 2

Hipotesis kedua pada data penelitian ini adalah *spatial layout and functions* (X2) dimana dalam hal ini *spatial layout and functions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda di Kota Padang. Berdasarkan tabel diatas, diketahui $t\text{-hitung} 2,699$ dengan sig = $0,008 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *spatial layout and functions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda di Kota Padang.

Hipotesis 3

Hipotesis ketiga pada data penelitian diatas adalah *signs symbols and artifact* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner's Cabang Juanda di Kota Padang. Berdasarkan tabel diatas, diketahui besar H_a diterima dengan $\alpha = 0,05$ atau level sig = $0,018 < 0,05$. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *signs symbols and artifact* terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda di kota Padang.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Ambient Conditions* Terhadap Kepuasan Konsumen Uda Fes Kuliner's cabang Juanda di Kota Padang

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel *ambient conditions* berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner's di Kota Padang dengan nilai signifikansi $0,035 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,145 >$ dari t tabel sebesar $1,984$ dan nilai koefisien negatif $-0,451$. *Ambient Conditions* merupakan pondasi paling utama yang harus dibangun sebelum konsumen melakukan pembelian/mengunjungi Uda Fes Kuliner's cabang Juanda. Setiap perusahaan memiliki strategi untuk bertahan atau menjadi lebih unggul dalam persaingan bisnis, agar mendapatkan keberhasilan dimasa depan. Maka dari itu para pelaku bisnis kuliner's perlu memperhatikan kondisi sekitar yang akan mempengaruhi usahanya karena hasil tersebut bisa mempengaruhi langsung terhadap konsumen tersebut. Menurut Lovelock, Wirtz dan Musarry (2010:12) *ambient condition* dapat dikatakan segala karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan oleh panca indera. Selain dari kondisi sekitar berupa musik, aroma, kebisingan dan suhu terdapat aspek yang perlu diperhatikan lagi yaitu cahaya dan temperatur karena hal ini mempengaruhi kenyamanan konsumen saat berada di dalam *servicescape* (lingkungan fisik). Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussari (2010:20) tampilan dan

perilaku personel layanan dan konsumen dapat memperkuat atau mempengaruhi kesan yang diciptakan oleh suatu lingkungan layanan. Kondisi sekitar (*ambient conditions*) Uda Fes Kuliner's cabang Juanda berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari perolehan TCR yang paling rendah yaitu pencahayaan dimana pada indikator pencahayaan terdapat 3 pertanyaan dimana pada indikator ini terdapat TCR yang paling rendah dari indikator lainnya. Pada pertanyaan "pencahayaan sudah baik" sebesar 74%, "pencahayaan sesuai dengan warna ruangan" sebesar 73%, dan yang terakhir "tata cahaya lampu tidak mengganggu penglihatan" sebesar 75%. Dan Jika kita dilihat dari data responden yang paling banyak dari segi pekerjaan yaitu mahasiswa. Dapat kita ketahui bahwa mahasiswa pada saat sekarang lebih tertarik jika pencahayaan di kafe tersebut tidak terlalu redup dan tidak mengganggu penglihatan. Dan jika dilihat di kafe Uda Fes Kuliner's cabang Juanda pencahayaannya masih kurang baik karena jika dilihat dari luar kafanya terlalu gelap dan kesesuaian pemilihan warna dinding kafe dengan lampu juga tidak sesuai sehingga kesannya terlalu redup dan tidak menarik dipandang mata. Pencahayaan yang baik sangat membantu pelanggan Uda Fes Kuliner's cabang Juanda dalam melakukan aktifitas mereka di Uda Fes Kuliner's cabang Juanda itu sendiri seperti, diskusi, belajar maupun sekedar bincang-bincang. Ketika pencahayaan sudah baik maka pelanggan akan nyaman untuk duduk berlama-lama di kafe tersebut. Pada pernyataan suhu udara, responden lebih banyak menyatakan setuju terhadap kenyamanan suhu udara yang ada di sekitar kafe Uda Fes Kuliner's cabang Juanda. namun sebagian responden menyatakan kurang setuju pada pernyataan ini. Hal ini umumnya disebabkan oleh kondisi suhu udara yang ada di *smoking area* yang tidak nyaman karena kurang diperhatikan sehingga sebagian responden menjawab kurang setuju. Dan jika dilihat dari indikator musik dimana jika dilihat dari respondennya mahasiswa, bahwa mahasiswa lebih menyukai jika pemilihan musik di kafe sudah sesuai atau sesuai dengan tren pada saat sekarang ini dan Uda Fes Kuliner's harus lebih memperhatikan konsumen. Jika konsumennya kebanyakan mahasiswa maka pemilihan musik nya harus sesuai dengan umur konsumennya tersebut. Karena musik juga dapat berdampak terhadap mood pengunjung bila mereka melakukan aktifitas makan diiringi dengan musik yang menyenangkan. Pihak Uda Fes Kuliner's cabang Juanda lebih memperhatikan dari kalangan apa konsumennya yang paling banyak. Karena mahasiswa adalah salah satu kelompok masyarakat yang termasuk dalam umur produktif dan mereka saat ini merupakan generasi yang tanggap terhadap teknologi sehingga mereka akan cepat untuk mendapatkan informasi apapun yang ingin diketahui misalnya saya informasi mengenai kafe yang sedang kekinian saat ini. Faktor *ambient* adalah kondisi latar belakang yang berada dibawah tingkat kesadaran dan biasanya baru mendapat perhatian hanya ketika faktor ini tidak ada atau tidak nyaman. Hightower (2010) mengatakan bahwa *ambient conditions* merupakan kesadaran saat ini dari konsumen. Hal ini berarti konsumen bisa menjadi kurang peduli dengan hal dalam lingkungan lainnya dibandingkan dengan *ambient conditions* ini. Dari penjelasan di atas dapat diartikan bahwa *ambient conditions* sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen karena lingkungan sekitar memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya tentang " pengaruh *ambient conditions, spatial layout and functions dan use of signs*

symbols and artifact terhadap kepuasan loyalitas konsumen” oleh Yulianto (2017) hasil pelitian ini menunjukkan bahwa *ambient conditions* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *Spatial Layout and Functions* Terhadap Kepuasan Konsumen Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda di Kota Padang

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel *Spatial Layout and Functions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner’s di Kota Padang dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$ dan *t* hitung positif sebesar 2,699. Artinya ini menunjukkan bahwa *Spatial Layout and Functions* Uda Fes Kuliner’s mempengaruhi kepuasan konsumen di Kota Padang. Hal ini menandakan bahwa adanya kemudahan yang dirasakan oleh konsumen saat melakukan transaksi dan aktifitas saat berada di Uda Fes Kuliner’s. Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussary (2010:18) tata letak spasial merupakan rancangan lantai, ukuran, dan bentuk perabotan, meja, mesin, serta peralatan potensial dan bagaimana semua disusun. Fungsionalitas merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan performansi transaksi layanan. *Spatial Layout and Functions* merupakan denah ruangan, ukuran, dan bentuk dari perlengkapan perabot, meja-meja, mesin dan peralatan yang berpotensi dan cara mereka diatur juga kemampuan benda-benda tersebut untuk memfasilitasi kegiatan transaksi jasa. Pengaturan peralatan dan interior untuk visual dari tampilan fisik dan fungsi-fungsi yang bermanfaat untuk penyerahan atau pelayanan jasa. Tata ruang (*spatial layout*) mengacu pada bagaimana ruangan tersebut digunakan dan dimana furnitur dan peralatan ditempatkan dalam kamar. Skala dan ukuran properti perhotelan mempengaruhi tata ruang. Fungsionalitas mengacu pada efektivitas tata ruang untuk memfasilitasi pelayanan yang efisien dan memberikan kepuasan pelanggan. Tata ruang harus mencapai keseimbangan optimal antara persyaratan operasional dan harapan pelanggan. *Spatial Layout and Functions* memiliki pengaruh yang relatif cukup besar terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda karena setiap komponen berwujud yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi dari jasa mampu membuat konsumen nyaman saat melakukan transaksi. Pada *Spatial Layout and Functions* di Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda hampir semua indikator yaitu penataan layout yang rapi, tata letak peralatan diletakkan sesuai dengan tempatnya, dan peralatan yang digunakan sesuai dengan fungsinya, didominasi oleh jawaban dengan skor 4 (setuju) akan tetapi pada indikator penataan layout yang rapi yaitu ada beberapa faktor yang masih membuat konsumen kurang nyaman seperti layout toilet dan musholla yang kurang baik dan tidak membedakan layout toilet pria dan wanita. Rata-rata responden merasa kurang nyaman dengan layout toilet dan musholla yaitu 3,71 atau 74 %. *Spatial Layout and Functions* merupakan suatu layout dan peralatan yang diatur dan kemampuan barang-barang untuk memfasilitasi kenikmatan konsumen. Layout dan peralatan di atur semenarik mungkin akan memberikan kenyamanan, dan akan berujung pada tingkat kepuasan konsumen. *Spatial Layout and Functional* ini menjadi penting dikarenakan dapat mempengaruhi tingkah laku bekerja karyawan dan juga kebiasaan dari tingkah laku pengunjung, dan akan menciptakan *servicescape vicual fungsional* sehingga penghantaran dan konsumsi layanan bisa terjadi sehingga akan sangat mengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri (Lovelock *et al.*, 2010:19)

Hasil Penelitian yang sejalan dengan penelitian ini adalah Pengaruh *Ambient Condiotions, Spatial Layout and Functions*, Dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Restoran Bale Raos Yogyakarta) oleh: Fatmawati (2016) Hasil penelitian menunjukkan *Spatial Layout and Functions* mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini adalah “ *The Impact Of Casino Servicescape On Gaming Customer Satisfaction, Intention Tevisit, And Desire To Stay*” oleh: lam & fong (2011) Hasil penelitian menunjukkan *Servicescape* mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pengaruh *Signs Symbols and Artifact* Terhadap Kepuasan Konsumen Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda di Kota Padang

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel *Signs, Symbols, and Artifact* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Uda Fes Kuliner’s di Kota Padang dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ dan t hitung positif sebesar 2,409. Artinya ini menunjukkan bahwa *Signs, Symbols, and Artifact* mempengaruhi kepuasan konsumen di Kota Padang. Hal ini dapat dikatakan bahwa tanda- simbol juga bentuk bangunan mampu mengkomunikasi tampilan bagi pelanggan dan membantu pelanggan dalam proses layanan berada di Uda Fes Kuliner’s. Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010: 19) Penggunaan tanda, simbo dan artefak sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena hal tersebut disediakan oleh penyedia layanan untuk memberitahu pelanggan didalam proses pelayanan. Tanda simbol, dan artefak ini akan memberi sinyal kepada pelanggan tentang bagaimana perilaku yang biasa berlaku dan arah kemana pelanggan harus pergi. Pelanggan baru atau musiman mungkin akan bingung jika tidak ada simbol-simbol tersebut.

Hal tersebut akan berpengaruh kepada rasa nyaman konsumen, jika konsumen nyaman akan adanya kepuasan di dalam diri konsumen tersebut, dan begitupun sebaliknya. *Signs, Symbols, and Artifact* digunakan untuk mengkomunikasikan image yang ingin disampaikan oleh Uda Fes Kuliner’s kepada konsumen seperti logo perusahaan, tanda atau rambu serta dekorasi yang digunakan untuk meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, yang dapat memudahkan konsumen tersebut dalam proses layanan. Jika dilihat dari *Signs, Symbols, and Artifact* pada Uda Fes Kuliner’s Cabang Juanda sudah memiliki logo tersendiri dan sudah dapat dilihat dari tanda petunjuk kafe tersebut yang dapat kita lihat sepanjang Jalan Juanda. Simbol *emergency exit* dan *no smoking* area dan tanda petunjuk toilet dan musholla jelas serta susunan lampu menarik dan berjejer rapi juga dapat kita lihat dari dikafe hal ini menunjukkan bahwa kafe sudah dikatakan baik. Simbol rambu-rambu lalu lintas yang dijadikan oleh kafe sebagai dekorasi yang dapat memperindah kafe tersebut. Namun juga ada beberapa faktor lain yang membuat konsumen Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda kurang nyaman seperti tidak ada nya simbol untuk toilet pria dan wanita. Tanda dan simbol ini merupakan hal yang penting di bisnis apa pun karena tanda dan simbol ini dapat memudahkan kita dalam proses layanan dan langkah kita dalam melakukan transaksi termasuk konsumen Uda Fes Kuliner’s. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu tentang *Observing the Natural Dimension of Hospital Servicescape on Patient Satisfaction* (2016) oleh Hajjar, Daleela, dan Ismail hasil menunjukkan bahwa *servicescape* dalam *Signs, Symbols and Artifact* berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang sejalan dengan penelitian ini adalah “*Restaurant Servicescape, Service Encounter, and Perceived on Customers Emotions and Satisfaction*” oleh: Ingrid Martilla (2010), hasil penelitian menunjukkan bahwa Sign Symbols and Artifact mempengaruhi kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Hasil penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan dan diuraikan penulis sebelumnya dapat disimpulkan bahwa 1) Variabel *ambient conditions* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kafe Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda di kota Padang. 2) Variabel *spatial layout and functions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kafe Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda di kota Padang. 3) Variabel *signs, symbols and artifact* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kafe Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda di kota Padang. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka untuk meningkatkan kepuasan konsumen kafe Uda Fes Kuliner’s cabang Juanda di Kota Padang, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut: (1) Pihak Uda Fes Kuliner’s hendaknya dapat mengubah atau mengganti lampu yang digunakan di dalam interiornya karena pencahayaan yang dihasilkan oleh lampu tersebut terlalu redup dan pemilihan warna lampu tidak sesuai dengan warna kafe tersebut karena di dalam kondisi sekitar (*Ambient Conditions*) aspek yang perlu diperhatikan adalah pencahayaan karena hal ini mempengaruhi kenyamanan pelanggan saat berada di dalam lingkungan layanan. (2) Pihak Uda Fes Kuliner’s hendaknya memperhatikan layout yang dibuat atau yang ditata karena penataan layout ini saat berpengaruh kepada kepuasan konsumen Uda fes Kuliner’s, contohnya dalam layout toilet dan musholla karena hal ini dapat membuat risih konsumen dan penataan layout harus disusun rapi dan tepat agar konsumen merasa nyaman dan aman saat proses layanan. (3) Pihak Uda Fes Kuliner’s hendaknya memperhatikan simbol dan artefak yang dibuat, misalnya lebih memperhatikan apakah terjadinya kerusakan pada bangunan kafe agar menciptakan citra tertentu atau suasana hati bagi konsumen. (4) Diharapkan hasil penelitian ini menjadi acuan penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti *ambient conditions, spasial layout and functions dan signs, symbols and artifact* terhadap kepuasan konsumen, misalnya melalui wawancara yang mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang didapat lebih bervariasi daripada angket jawaban yang telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmawati, Dewi Ayu. (2016). Pengaruh *Ambient Condiotions, Spatial Layout and Functions*, dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Restoran Bale Raos Yogyakarta). Jurnal: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Hajjar, S., Daleela, S., & Ismail, M. 2016. “*Observasing the Natural Dimension of Hospital Servicescape on Patient Satisfaction*”. Jurnal internasional: Faculty Of Business Management University Teknologi MARA, Malaysia

- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794-803.
- Ingrid, Y. Lin & Martilla, Anna. 2010. " *Restaurant Servicescape, Service Encounter, and Perceived on Customers Emotions and Satisfaction*". Page 819-841. School of Travel Industry Management, University of Hawai at Manoa, Honolulu, Hawai. USA
- Kotler, P. dan K.L. Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi12. Jilid 1 dan 11. Jakarta: Indeks
- Lam, W. Long & Fong, D. 2011. " *The Impact Of Casino Servicescape On Gaming Customer Satisfaction, Intention Tevisit, And Desire To Stay*". *Internasional Journal Of Hosppitality Management*, 558-567, University Of Macau
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pamasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, C. & Wirtz, J.2011. *Manajemen Pemasaran*. Indeks. Jakarta
- _____. & Wirtz J., Mussary J. 2010.*Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid 1, Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Erlangga
- Yulianto, Nova. 2017. *Pengaruh Ambient Conditions, Spatial Layout Functions Dan Use of Sign, Symbols And Artifact Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen*. Surakarta: Jurnal Ekonomi dan Kewurausahaan, Universitas Slamet Ruyadi Surakarta, Vol 17, No.4