

ANALISIS SERVICESCAPE PADA D'KALIURANG RESORT & CONVENTION

Anisa Dwi Agustina

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Servicescape* pada *D'Kaliurang Resort & Convention*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari jawaban kuesioner yang disebarkan kepada PIC. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Random Sampling* dengan jumlah responden 80 responden. Berdasarkan hasil penelitian keseluruhan, variabel *servicescape* memiliki nilai hitung sebesar 3,667 yang termasuk pada kategori sangat setuju. Berdasarkan hasil penelitian pada indikator kondisi sekitar memiliki nilai rata-rata 3,662 yang termasuk pada kategori sangat setuju, indikator tata letak spasial dan fungsionalitas memiliki nilai rata-rata 3,69 yang termasuk pada kategori sangat setuju, dan indikator tanda, simbol dan artefak memiliki nilai rata-rata 3,65 yang termasuk pada kategori sangat setuju. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya manajemen *servicescape* sebagai bagian dari strategi pemasaran perhotelan, yang tidak hanya berfokus pada produk dan layanan, tetapi juga pengalaman keseluruhan pelanggan selama menginap.

Kata Kunci: *Servicescape*

24/10/25


SERVICESCAPE ANALYSIS AT D'KALIURANG RESORT & CONVENTION

Anisa Dwi Agustina

Abstract

This study aims to evaluate the servicescape at D'Kaliurang Resort & Convention. The research employs quantitative methods, utilizing primary data collected from questionnaire responses distributed to the person in charge (PIC). The sampling technique applied in this study is random sampling, with 80 respondents. The overall research findings indicate that the servicescape variable has a calculated value of 3.667, which falls within the strongly agree category. Specifically, the surrounding conditions indicator has an average value of 3.662 and is also categorized as strongly agree. The spatial layout and functionality indicator has an average value of 3.69, again classified as strongly agree. The signs, symbols, and artifacts indicator has an average value of 3.65, which is likewise included in the strongly agree category. This research underscores the significance of servicescape management as a crucial component of a hospitality marketing strategy, emphasizing not only products and services but also customers' overall experience during their stay.

Keywords: Servicescape