

Peran *Servicescape* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Hotel Mewah: Studi Kasus di Four Seasons Resort Bali

Ni Komang Tia Anggreni¹, Irene Hanna H. Sihombing^{2*}, Ni Made Suastini³

¹Politeknik Pariwisata Bali, Email : tiaanggreni21@gmail.com

²Politeknik Pariwisata Bali, Email : irenesihombing@ppb.ac.id

³Politeknik Pariwisata Bali, Email : madesuastini@ppb.ac.id

INFO ARTIKEL

Diterima
18 Juni 2025

Disetujui
23 Juni 2025

Tersedia Secara
Online
Desember 2025

ABSTRACT

This study examines the impact of servicescape on service quality at Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. A quantitative approach was employed, utilizing primary data collected from 100 guests who completed questionnaires. The analysis was conducted using simple linear regression with SPSS version 23. The results reveal a significant positive influence of servicescape on service quality, with a significance value of 0.000 (<0.05) and a coefficient of determination (R²) of 0.458, indicating that 45.8% of the variation in service quality is explained by servicescape. Elements such as lighting, scent, and temperature were rated highest for atmospheric comfort, while physical facilities such as room condition and completeness received the lowest scores. The study concludes that servicescape significantly influences service quality and provides recommendations for management to enhance the physical environment to better meet guest expectations.

Keywords : servicescape, service quality, luxury hotel, guest satisfaction, hospitality management

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali di Jimbaran Bay. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan data primer yang diperoleh dari 100 tamu yang mengisi kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dengan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05) dan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,458, yang berarti 45,8% variasi dalam kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh *servicescape*. Elemen-elemen seperti pencahayaan, aroma, dan suhu mendapatkan penilaian tertinggi untuk kenyamanan atmosferik, sedangkan fasilitas fisik seperti kondisi kamar dan kelengkapan fasilitas mendapat skor terendah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dan memberikan rekomendasi bagi manajemen untuk meningkatkan lingkungan fisik agar lebih sesuai dengan ekspektasi tamu.

Kata Kunci: *servicescape*, kualitas pelayanan, hotel mewah, kepuasan tamu, manajemen perhotelan .

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri perhotelan di Bali merupakan sektor yang sangat penting dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian baik di tingkat daerah maupun nasional (Permana & Dewi, 2024). Bali dikenal sebagai destinasi wisata internasional yang kaya akan warisan budaya, keindahan alam, serta keramahan masyarakatnya. Keunggulan-keunggulan ini menjadikan Bali sebagai tujuan utama wisatawan mancanegara (Sari Wulan, 2024). Dalam situasi persaingan global yang semakin ketat, hotel-hotel berbintang lima, seperti Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay, dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka guna mempertahankan daya saing. Salah satu elemen penting yang memengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan adalah lingkungan fisik atau yang dikenal dengan istilah *servicescape* (Shuhao Li, 2021). *Servicescape* merujuk pada seluruh elemen fisik yang membentuk lingkungan tempat layanan diberikan, termasuk desain ruang, kebersihan, pencahayaan, suhu, aroma, serta tanda dan simbol (Sohyun An, et al., 2023). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan pentingnya *servicescape* dalam membentuk persepsi dan kepuasan pelanggan, dengan menunjukkan bahwa lingkungan fisik yang tertata dengan baik tidak hanya meningkatkan kenyamanan tamu, tetapi juga memperkuat citra profesionalisme dan kualitas layanan yang diberikan (Sandira, 2023).

Pentingnya *servicescape* dalam perhotelan telah diakui oleh berbagai penelitian, salah satunya adalah yang dilakukan oleh Kiroyan, et al., (2019) yang menemukan bahwa *servicescape* berperan signifikan dalam membentuk persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan. Lingkungan fisik yang dirancang dengan baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi tamu, meningkatkan kepuasan mereka, serta memperkuat loyalitas tamu (Candra Devi, et al., 2023). Beberapa elemen seperti pencahayaan, suhu ruangan, kebersihan, dan aroma yang menyenangkan sangat penting dalam menciptakan suasana yang nyaman bagi tamu. Selain itu, *servicescape* juga berperan dalam membangun citra hotel sebagai tempat yang profesional dengan kualitas layanan yang tinggi (Lockwood & Pyun, 2022). Meskipun Four Seasons Resort Bali umumnya dianggap sebagai hotel mewah, laporan internal dan ulasan tamu menunjukkan adanya tantangan terkait *servicescape* yang belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi tamu. Pada Desember 2024, Guest Experience Score (GES) hotel ini tercatat sebesar 73,9, yang masih di bawah standar regional sebesar 77,5. Lebih lanjut, tamu-tamu mengeluhkan kondisi fisik bangunan, fasilitas kamar, dan suasana lingkungan yang dianggap kurang mencerminkan standar hotel berbintang lima.

Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi masalah tersebut dengan mengkaji pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali. Kualitas *servicescape* tidak hanya memengaruhi pengalaman langsung tamu, tetapi juga berdampak pada kepuasan, loyalitas, dan keputusan untuk kembali menginap (Anggoro, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi mengenai pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Ferdinal & Tjahjawati (2017), menyatakan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan, sementara penelitian lain, seperti Liyani, et al., (2018), menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung atau moderat. Ketidakkonsistenan hasil-hasil tersebut menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memberikan bukti empiris tentang bagaimana *servicescape* memengaruhi kualitas pelayanan, khususnya dalam konteks hotel mewah di Bali.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana *servicescape* memengaruhi kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. Meskipun secara umum diyakini bahwa *servicescape* mempengaruhi kepuasan tamu, sejauh mana dan bentuk pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan di hotel mewah masih belum sepenuhnya jelas. Solusi umum yang disarankan oleh penelitian sebelumnya adalah dengan meningkatkan lingkungan fisik untuk memperbaiki persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan. Namun, implementasi perubahan-perubahan tersebut

membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana setiap elemen dari *servicescape* berkontribusi pada kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih jauh mengenai kontribusi spesifik dari elemen-elemen tersebut, khususnya dalam konteks hotel mewah seperti Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay.

Penelitian ini mengacu pada temuan-temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa *servicescape* memengaruhi kualitas pelayanan, terutama melalui elemen-elemen fisik hotel. Studi oleh Kiroyan, et al., (2019) dan Jaya Negara (2022) menunjukkan bahwa desain lingkungan fisik yang baik berperan penting dalam menciptakan pengalaman tamu yang positif. Meskipun demikian, penelitian oleh Liyani, et al., (2018) dan Ferdinal & Tjahjawati (2017) menunjukkan bahwa *servicescape* lebih memengaruhi customer delight daripada secara langsung mempengaruhi kualitas pelayanan. Temuan ini mengarah pada pemahaman bahwa *servicescape* mungkin memiliki pengaruh yang lebih tidak langsung pada kepuasan tamu dibandingkan pada kualitas layanan secara langsung. Oleh karena itu, penting untuk lebih mendalami bagaimana elemen-elemen spesifik dari *servicescape* mempengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan dan pengalaman menginap mereka.

Oleh karena itu, meskipun literatur yang ada memberikan dasar bagi pemahaman peran *servicescape* dalam membentuk kualitas pelayanan, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi, terutama dalam konteks hotel mewah seperti Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. Penelitian sebelumnya umumnya lebih fokus pada industri perhotelan secara umum tanpa menargetkan hotel-hotel mewah secara khusus, di mana ekspektasi tamu dan standar layanan jauh lebih tinggi. Kesenjangan ini menjadi jelas karena masih sedikit penelitian empiris yang mengkaji bagaimana elemen-elemen *servicescape* di hotel-hotel mewah berpengaruh terhadap persepsi tamu tentang kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memfokuskan kajian pada Four Seasons Resort Bali, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan di lingkungan perhotelan mewah.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. Penelitian ini akan mengidentifikasi sejauh mana elemen-elemen lingkungan fisik seperti pencahayaan, suhu, kebersihan, dan fasilitas hotel berkontribusi terhadap persepsi tamu mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bentuk bukti empiris yang dapat digunakan oleh manajemen hotel untuk merancang lingkungan fisik yang lebih optimal guna meningkatkan kualitas pelayanan. Berdasarkan temuan-temuan ini, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa *servicescape* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay

KAJIAN LITERATUR

Latar belakang dari studi ini mencakup pemahaman mengenai pentingnya *servicescape* dan kualitas pelayanan dalam menciptakan pengalaman tamu yang memuaskan di industri perhotelan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa baik *servicescape* maupun kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk persepsi tamu terhadap layanan yang diberikan. Sebagai contoh, Kiroyan, et al., (2019) dalam penelitiannya di Hotel Sahid Kawanua menunjukkan bahwa *servicescape* dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini mengungkapkan bahwa dimensi fisik dari layanan berperan besar dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Dalam penelitian yang serupa, Jaya Negara (2022) menemukan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

tamu di salah satu resort di Bali, menyoroti pentingnya lingkungan fisik dalam membentuk persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan. Sebaliknya, Liyani, et al., (2018) menunjukkan bahwa *servicescape* lebih memengaruhi customer delight dibandingkan dengan kualitas pelayanan secara langsung, sehingga menyarankan perlunya pengelolaan *servicescape* yang lebih optimal. Penelitian Ferdinal & Tjahjawati (2017) dalam konteks layanan pensiun juga menyatakan bahwa lingkungan fisik memiliki korelasi signifikan terhadap kualitas pelayanan. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa meskipun *servicescape* secara umum berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu, tingkat pengaruhnya bisa bervariasi tergantung pada konteks institusi, segmentasi pasar, dan ekspektasi pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sejauh mana layanan yang diberikan oleh penyedia jasa dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Hadi, et al., 2021). Menurut model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al., (1988), kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi utama, yakni: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dimensi *tangibles* menggambarkan penampilan fisik fasilitas dan staf yang menjadi elemen pertama yang diperhatikan tamu ketika berinteraksi dengan hotel. Keandalan merujuk pada kemampuan untuk memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan, sedangkan daya tanggap menggambarkan kesiapan staf dalam membantu tamu. Jaminan berkaitan dengan pengetahuan dan profesionalisme staf yang memberikan rasa aman kepada tamu, sementara empati mencerminkan perhatian terhadap kebutuhan pribadi tamu. Kualitas pelayanan menjadi faktor penentu yang sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi hotel, dan menciptakan keunggulan kompetitif (Louisa, et al., 2021). Tjiptono & Chandra (2011) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat dicapai melalui penyediaan fasilitas yang memadai, pelatihan staf yang efektif, serta sistem layanan yang responsif terhadap kebutuhan tamu.

Servicescape dan Dampaknya terhadap Kualitas Pelayanan

Servicescape merupakan lingkungan fisik di tempat layanan berlangsung yang mencakup elemen-elemen sensorik dan visual yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima (Muzakqi & Zaki, 2024). Bitner (1992) membagi *servicescape* menjadi tiga dimensi utama, yaitu kondisi lingkungan (*ambient conditions*), tata letak dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*), serta tanda dan simbol (*signs, symbols, and artifacts*). Kondisi lingkungan mencakup aspek-aspek seperti pencahayaan, suhu ruangan, kebersihan, dan aroma yang menciptakan suasana tertentu di dalam hotel (Fernandez, et al., 2023). Tata letak dan fungsionalitas mencakup bagaimana ruang dan peralatan disusun agar efisien dan nyaman bagi tamu, sementara tanda dan simbol berfungsi untuk memberikan arahan dan informasi yang penting untuk kenyamanan serta memudahkan navigasi tamu di hotel (Antunes, et al., 2025). Penelitian oleh (Damayanti & Budiono (2025) menunjukkan bahwa elemen-elemen *servicescape* seperti pencahayaan dan tata ruang memiliki pengaruh besar terhadap kenyamanan tamu dan persepsi mereka terhadap profesionalisme layanan yang diberikan oleh hotel. Wahyuni, et al., (2023) juga menyimpulkan bahwa *servicescape* yang tertata dengan baik tidak hanya memperkuat citra hotel tetapi juga meningkatkan persepsi terhadap dimensi *tangibles* dan *assurance* dalam kualitas pelayanan. Berdasarkan temuan ini, dapat dikatakan bahwa *servicescape* secara tidak langsung memperkuat setiap aspek dari kualitas layanan yang ada dan berperan sebagai penentu utama dalam membentuk kesan keseluruhan terhadap pengalaman menginap di hotel (Rahayu, et al., 2024).

Lebih lanjut, studi-studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa pengelolaan *servicescape* yang efektif dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara signifikan. Penelitian oleh Wahyuni, et al., (2023) dan Damayanti & Budiono (2025) mendapati bahwa elemen-elemen seperti pencahayaan yang tepat, suhu ruangan yang nyaman, serta kebersihan yang terjaga dengan baik memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan tamu. Penataan ruang yang fungsional dan mudah diakses oleh

tamu juga berperan dalam menciptakan pengalaman yang nyaman dan menyenangkan. Selain itu, tanda-tanda yang jelas dan mudah dipahami oleh tamu memperlancar proses navigasi di dalam hotel, sehingga tamu merasa lebih puas dan nyaman (Wahyuni, et al., 2023). Oleh karena itu, pengelolaan *servicescape* tidak hanya berfokus pada elemen-elemen fisik yang tampak, tetapi juga pada bagaimana elemen-elemen tersebut bekerja bersama untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kualitas pelayanan yang tinggi (Antunes, et al., 2025).

Meskipun banyak penelitian yang menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan, hasilnya sering kali bervariasi tergantung pada konteks dan karakteristik masing-masing hotel. Penelitian yang dilakukan oleh Liyani, et al., (2018) menyarankan bahwa meskipun *servicescape* berperan penting, pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan bisa lebih indirect, tergantung pada faktor lain seperti interaksi karyawan dan pengelolaan fasilitas lainnya. Di sisi lain, beberapa studi lainnya, seperti yang dilakukan oleh Ferdinal & Tjahjawati (2017), menekankan bahwa kualitas layanan yang diberikan tidak hanya ditentukan oleh kondisi fisik hotel tetapi juga oleh keterampilan dan profesionalisme staf dalam memberikan layanan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *servicescape* memiliki peran besar, faktor lain seperti pelatihan staf dan keandalan layanan juga sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan di hotel (Dhar, 2015).

Berdasarkan kajian literatur yang ada, dapat disimpulkan bahwa meskipun *servicescape* secara umum memiliki pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan, tingkat pengaruh tersebut sangat bergantung pada berbagai faktor, termasuk jenis hotel, ekspektasi pelanggan, dan manajemen yang diterapkan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen fisik seperti pencahayaan, suhu, dan kebersihan memiliki pengaruh besar, namun hal ini bisa berbeda di setiap hotel tergantung pada standar yang ditetapkan dan pengalaman yang diinginkan oleh tamu (Saputra & Yani, 2024). Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami lebih dalam bagaimana setiap elemen *servicescape* berkontribusi terhadap persepsi tamu mengenai kualitas pelayanan, terutama di hotel-hotel mewah yang memiliki ekspektasi lebih tinggi dari tamu mereka.

Sehubungan dengan hal ini, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: *Servicescape* tidak memiliki pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay.

H₁: *Servicescape* memiliki pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. dan ekspektasi pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei dipilih sebagai teknik utama pengumpulan data. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antar variabel secara numerik dan memperoleh data dalam jumlah besar. Pendekatan kuantitatif dapat menyusun analisis yang lebih terstruktur dan mendapatkan hasil yang dapat digeneralisasi kepada populasi yang lebih besar, khususnya dalam konteks pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan di sektor perhotelan.

Penelitian ini dilakukan pada tamu yang menginap di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay pada tahun 2025. Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh tamu yang telah menginap minimal satu malam di hotel tersebut dalam periode tiga bulan terakhir. Kriteria ini dipilih agar responden memiliki pengalaman yang relevan mengenai fasilitas fisik dan pelayanan yang diberikan oleh hotel. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Sebanyak 100 orang responden dipilih berdasarkan kesediaan mereka untuk mengisi kuesioner dan pengalaman mereka terkait fasilitas fisik serta pelayanan yang diterima selama menginap.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala Likert empat poin, dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 4 (Sangat Setuju). Kuesioner ini terdiri dari dua bagian utama, yang pertama mengukur variabel *servicescape* dan yang kedua mengukur persepsi terhadap kualitas pelayanan. Instrumen kuesioner ini disusun berdasarkan indikator-indikator yang dikembangkan oleh Bitner (1992) untuk *servicescape* dan oleh Parasuraman, et al., (1988) untuk kualitas pelayanan. Model yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Indikator-indikator ini telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian sebelumnya dan terbukti relevan untuk mengukur persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel.

Sebelum digunakan, instrumen kuesioner ini diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner memiliki nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel, yang menandakan bahwa instrumen ini valid. Selain itu, uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi alat ukur dalam memberikan hasil yang sama jika pengukuran dilakukan berulang kali. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7, yang berarti instrumen ini dapat digunakan secara konsisten untuk mengukur variabel yang ada.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Langkah pertama dalam analisis data adalah melakukan uji asumsi klasik untuk memastikan data memenuhi persyaratan untuk analisis regresi. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data terdistribusi normal, yang merupakan syarat utama dalam analisis regresi. Uji heteroskedastisitas juga dilakukan untuk menguji apakah terdapat varians residual yang tidak konstan dalam data. Jika data memenuhi uji normalitas dan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, maka analisis dilanjutkan dengan regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu *servicescape*, terhadap variabel dependen, yaitu kualitas pelayanan. Selain itu, uji *t* digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap kualitas pelayanan secara parsial, sementara nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi *servicescape* dalam menjelaskan variasi kualitas pelayanan yang diamati pada tamu hotel.

Penelitian ini dirancang untuk memungkinkan replikasi oleh peneliti lain dengan kondisi yang serupa. Oleh karena itu, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini telah dilakukan secara jelas dan rinci. Variabel *servicescape* diukur menggunakan indikator-indikator yang mencakup kondisi lingkungan, tata ruang dan fungsionalitas, serta tanda dan simbol yang ada di hotel. Konsep *servicescape* itu sendiri pertama kali dikemukakan oleh Bitner (1992), yang membagi *servicescape* menjadi tiga dimensi utama: kondisi lingkungan, tata letak dan fungsionalitas, serta tanda dan simbol. Dimensi pertama, kondisi lingkungan, mencakup aspek seperti pencahayaan, suhu ruangan, kebersihan, dan aroma yang menciptakan suasana tertentu di dalam hotel. Tata letak dan fungsionalitas mencakup bagaimana ruang dan fasilitas diatur agar efisien dan nyaman bagi tamu. Sementara itu, tanda dan simbol memberikan arah dan informasi yang membantu tamu merasa lebih nyaman selama berinteraksi dengan lingkungan fisik hotel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan tepat dan sesuai dengan fungsinya. Dalam penelitian ini, uji validitas

dilakukan terhadap dua variabel, yaitu variabel X (*servicescape*) dan variabel Y (kualitas pelayanan). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 100 responden. Variabel *servicescape* terdiri dari 5 indikator yang masing-masing diwakili oleh 3–5 item pernyataan yang mencakup kondisi lingkungan, tata ruang dan fungsionalitas, serta tanda dan simbol. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 indikator berdasarkan model SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, dengan masing-masing indikator memiliki 3–4 item pernyataan.

Berdasarkan hasil pengolahan data, seluruh item pada kedua variabel menunjukkan nilai *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel (0,197), sehingga dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk proses analisis lebih lanjut. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran secara berulang. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai Cronbach’s Alpha, dengan standar minimal sebesar 0,60. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Cronbach’s Alpha untuk variabel *servicescape* adalah sebesar 0,891, sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,902. Kedua nilai tersebut berada di atas batas minimum, maka instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur persepsi responden secara konsisten. Seluruh item dalam kuesioner dinyatakan layak untuk digunakan dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria valid dan reliabel.

Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, sedangkan Tabel 2 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Responden	
		Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1	Perempuan	47	47
2	Laki-laki	53	53
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2025 (diolah)

Tabel 1 menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin. Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden yang terdiri dari 47 perempuan dan 53 laki-laki. Responden perempuan berkontribusi sebesar 47% terhadap total responden, sedangkan responden laki-laki berkontribusi sebanyak 53%. Distribusi ini menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki sedikit lebih banyak dibandingkan responden perempuan, meskipun perbedaannya tidak terlalu signifikan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Responden	
		Jumlah(Orang)	Persentase(%)
1	21 – 30 Tahun	38	38
2	31 – 40 Tahun	47	47
3	> 40 Tahun	15	25
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2025 (diolah)

Tabel 2 menggambarkan distribusi usia responden, yang juga berjumlah 100 orang. Kelompok usia 21 hingga 30 tahun terdiri dari 38 responden, yang berkontribusi sebanyak 38% terhadap total responden. Kelompok usia 31 hingga 40 tahun memiliki jumlah terbanyak dengan 47 responden, berkontribusi sebanyak 47% terhadap total responden. Sementara itu, kelompok usia di atas 40 tahun terdiri dari 15 responden, yang berkontribusi sebanyak 25% terhadap total responden. Distribusi usia ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 31 hingga 40 tahun, yang merupakan kelompok usia produktif dan berpotensi memiliki preferensi yang lebih

matang terkait kualitas pelayanan hotel.

Berdasarkan hasil survei terhadap variabel *servicescape* (Tabel 3), pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan ke-2 dengan skor 2,75, yaitu “Temperature udara, pencahayaan, aroma dan tingkat kebisingan yang minim menjadikan suasana lingkungan hotel terasa nyaman.” Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kenyamanan atmosferik, seperti suhu ruangan, pencahayaan, aroma, dan kebisingan, dinilai positif oleh tamu dan masih menjadi kekuatan utama dalam menciptakan suasana yang tenang dan eksklusif. Hal ini sejalan dengan desain lingkungan hotel yang dirancang dengan memperhatikan elemen sensorik untuk mendukung pengalaman menginap yang nyaman.

Tabel 3. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan *Servicescape*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				Responden	Total Skor	Rata-rata	Kategori
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4				
Kondisi sekitar (<i>ambient conditions</i>)									
1	Kebersihan lingkungan terjaga	10	32	49	9	100	257	2,57	Baik
2	Temperature udara, pencahayaan, aroma dan tingkat kebisingan yang minim menjadikan suasana lingkungan hotel terasa nyaman	3	32	52	13	100	275	2,75	Baik
Tata ruang dan fungsional (<i>spatial layout and functionality</i>)									
3	Fasilitas kamar, restoran, bar, <i>SPA</i> dan fasilitas penunjang seperti <i>sunbed</i> , dan <i>main pool</i> terletak pada posisi yang strategis	10	31	49	10	100	259	2,59	Baik
4	Dekorasi interior dan eksterior fasilitas kamar, restoran, dan <i>SPA</i> seperti posisi <i>bed</i> , televisi, <i>AC</i> , toilet publik, meja dan kursi, <i>buffet table</i> , dan <i>jacuzzi</i> sedemikian rupa sehingga mudah untuk diakses	25	46	25	4	100	208	2,08	Kurang Baik
5	Peralatan atau fasilitas kamar, restoran, bar, dan <i>SPA</i> berfungsi dengan baik	27	44	27	2	100	204	2,04	Kurang Baik
Tanda, simbol, dan artefak (<i>signs, symbols, and artifacts</i>)									
6	Tata letak dan fungsi dari tanda-tanda atau simbol seperti penunjuk nomor kamar, penunjuk arah <i>assembly point</i> , tanda penunjuk toilet publik, tanda dilarang merokok dan sebagainya dapat	5	36		13	100	267	2,67	Baik

No	Pernyataan	Jawaban Responden				Responden	Total Skor	Rata-rata	Kategori
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4				
	membantu untuk mempermudah akses anda selama berkunjung								
		Total <i>Servicescape</i>					1470	14,7	Kurang
		Rata-rata <i>Servicescape</i>					245	2,45	Baik

Sumber: Data Primer, 2025 (diolah)

Sebaliknya, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah adalah pernyataan ke-5 dengan skor 2,04, yaitu “Peralatan atau fasilitas kamar, restoran, bar, dan SPA berfungsi dengan baik.” Skor rendah ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan tamu terhadap kondisi dan fungsi fasilitas fisik hotel yang dinilai sudah usang dan kurang optimal. Rata-rata keseluruhan variabel *servicescape* sebesar 2,45 berada dalam kategori kurang baik (interval 1,76–2,50), yang menunjukkan bahwa lingkungan fisik hotel belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi tamu. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dan pembaruan fasilitas secara menyeluruh agar kualitas *servicescape* selaras dengan citra dan standar pelayanan hotel mewah.

Berdasarkan Tabel 4, pernyataan dengan rata-rata terendah pada variabel kualitas pelayanan adalah “Fasilitas hotel lengkap” dengan skor 2,13. Hal ini menunjukkan bahwa tamu merasa fasilitas yang disediakan belum memadai atau tidak sebanding dengan ekspektasi terhadap hotel bintang lima. Beberapa tamu menyampaikan keluhan mengenai keterbatasan fasilitas seperti gym, ruang serbaguna, dan area penunjang keluarga atau bisnis yang dinilai kurang modern. Kekurangan ini memberikan kesan bahwa nilai layanan yang diterima belum setara dengan harga dan standar layanan premium yang dijanjikan.

Tabel 4. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban Responden				Responden	Total Skor	Rata-rata	Kategori
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4				
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)									
1	Penampilan karyawan rapi dan terlihat sopan	13	61	24	2	100	215	2,15	Kurang Baik
2	Fasilitas hotel lengkap	16	58	23	3	100	213	2,13	Kurang Baik
Keandalan (<i>Reliability</i>)									
3	Karyawan mampu melayani tamu	6	30	50	14	100	272	2,72	Baik
4	Mudah melakukan reservasi	13	33	44	10	100	251	2,51	Baik
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)									
5	Karyawan cepat merespon konsumen	14	37	44	5	100	240	2,4	Kurang Baik
6	Karyawan komunikatif	7	26	55	12	100	272	2,72	Baik
Jaminan (<i>Assurance</i>)									
7	Karyawan memiliki pengetahuan mengenai produk yang dijual	14	37	44	5	100	240	2,4	Kurang baik
8	Karyawan menjaga kerahasiaan informasi dan privasi konsumen	3	32	52	13	100	275	2,75	Baik
Empati (<i>Empathy</i>)									
9	Karyawan peduli terhadap kebutuhan konsumen	7	28	53	12	100	270	2,7	Baik

No	Pernyataan	Jawaban Responden				Responden	Total Skor	Rata-rata	Kategori
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4				
10	Karyawan memperhatikan kebutuhan konsumen	14	37	44	5	100	240	2,4	Kurang Baik
Total Kualitas Pelayanan							2488	24,88	Kurang
Rata-rata Kualitas Pelayanan							248,8	2,49	Baik

Sumber: Data Primer, 2025 (diolah)

Sebaliknya, skor tertinggi terdapat pada pernyataan “Karyawan menjaga kerahasiaan informasi dan privasi konsumen” dengan nilai rata-rata 2,75. Temuan ini menunjukkan bahwa tamu mengapresiasi profesionalisme dan etika staf dalam menjaga privasi dan keamanan data pribadi mereka. Secara keseluruhan, rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 2,49 berada dalam kategori kurang baik (interval 1,76–2,50). Meskipun aspek perilaku karyawan menjadi kekuatan utama, hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan layanan secara menyeluruh tetap diperlukan, terutama dalam hal penyediaan fasilitas fisik yang lebih lengkap dan modern guna memenuhi ekspektasi tamu hotel mewah.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang disajikan pada Tabel 5, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.788 + 1.299 X$$

Model ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel *servicescape* (X) akan meningkatkan kualitas pelayanan (Y) sebesar 1,299 satuan. Hasil ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *servicescape* dan kualitas pelayanan, yang berarti bahwa perbaikan pada *servicescape* dapat meningkatkan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana dengan SPSS Versi 23

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
<i>1</i>	<i>(Constant)</i>	5.788	1.715		3.374	.001
	<i>Servicescape</i>	1.299	.115	.753	11.317	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer, 2025 (diolah)

Tabel 6 menyajikan hasil koefisien determinasi dari analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (*servicescape*) dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen (kualitas pelayanan).

Nilai R sebesar 0,753 menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara variabel *servicescape* dan kualitas pelayanan. Nilai R Square sebesar 0,567 berarti bahwa 56,7% variasi dalam kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh variabel *servicescape*. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,562 memberikan penyesuaian terhadap model regresi yang lebih realistis, dengan memperhitungkan jumlah variabel bebas yang digunakan dalam model. Std. Error of the Estimate sebesar 3,10284 menunjukkan besarnya kesalahan prediksi rata-rata yang dihasilkan oleh model ini.

Secara keseluruhan, nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa model regresi linier yang menggunakan *servicescape* sebagai prediktor mampu menjelaskan lebih dari separuh variasi yang

ada dalam kualitas pelayanan, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
<i>1</i>	.753 ^a	.567	.562	3.10284

a. Predictors: (Constant), Servicescape

b. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Tabel 7 menunjukkan hasil uji t untuk menguji signifikansi koefisien regresi dari variabel *servicescape* dalam memprediksi kualitas pelayanan. Hasil uji t ini memberikan informasi mengenai apakah variabel *servicescape* berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Tabel 7. Uji T

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>1</i>	<i>(Constant)</i>	5.788	1.715		3.374	.001
	<i>Servicescape</i>	1.299	.115	.753	11.317	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Pada tabel 7, nilai t untuk variabel *servicescape* adalah 11,317, dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Karena nilai Sig. lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel *servicescape* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dengan kata lain, perubahan pada *servicescape* (lingkungan fisik hotel) dapat menyebabkan perubahan yang signifikan pada persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan.

Secara keseluruhan, uji t ini memperkuat temuan sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *servicescape* dan kualitas pelayanan, yang dapat dijadikan dasar untuk perbaikan dan peningkatan lingkungan fisik hotel guna meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan di hotel bintang lima. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan, namun terdapat beberapa faktor yang perlu diperbaiki untuk memenuhi ekspektasi tamu hotel mewah. Bab ini akan membahas secara mendalam mengenai hasil-hasil yang diperoleh dari uji validitas, reliabilitas, analisis regresi, serta interpretasi terhadap temuan yang didapatkan pada masing-masing variabel dalam penelitian ini.

Hubungan antara *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diketahui bahwa variabel *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 1,299. Artinya, setiap peningkatan satu unit pada *servicescape* (lingkungan fisik) akan meningkatkan kualitas

pelayanan sebesar 1,299 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek fisik seperti kebersihan lingkungan, kenyamanan atmosferik, serta tata letak fasilitas yang baik dapat berkontribusi positif terhadap persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel.

Namun demikian, walaupun hasil regresi menunjukkan hubungan yang signifikan, rata-rata nilai pada kedua variabel ini, baik *servicescape* maupun kualitas pelayanan, masih berada dalam kategori "kurang baik". Nilai rata-rata *servicescape* sebesar 2,45 dan kualitas pelayanan sebesar 2,49 menunjukkan bahwa meskipun terdapat elemen-elemen penting yang telah diperhatikan, lingkungan fisik hotel dan kualitas pelayanan yang diberikan masih jauh dari harapan tamu hotel mewah.

Peran *Servicescape* dalam Menciptakan Kenyamanan Tamu

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah bahwa aspek kenyamanan atmosferik, seperti suhu ruangan, pencahayaan, aroma, dan kebisingan, mendapat penilaian yang cukup baik dari responden, dengan nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan mengenai kenyamanan lingkungan hotel. Hal ini menunjukkan bahwa hotel telah berhasil menciptakan suasana yang nyaman, tenang, dan mendukung pengalaman menginap yang menyenangkan bagi tamu. Faktor-faktor seperti suhu udara yang sesuai, pencahayaan yang memadai, serta tingkat kebisingan yang minim memberikan kesan positif terhadap kualitas layanan yang diterima tamu.

Namun demikian, beberapa elemen fisik lainnya, seperti fasilitas kamar, restoran, bar, dan SPA, yang dinilai memiliki kualitas yang kurang optimal, mendapat penilaian yang lebih rendah. Skor rendah pada item-item ini menunjukkan adanya ketidakpuasan tamu terhadap kondisi dan fungsi fasilitas yang sudah usang dan tidak sesuai dengan standar hotel mewah. Misalnya, pernyataan mengenai fasilitas kamar yang berfungsi dengan baik mendapat skor yang rendah, yang menunjukkan adanya masalah dalam hal pemeliharaan dan pembaruan fasilitas. Oleh karena itu, perbaikan pada aspek-aspek ini sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas keseluruhan dari *servicescape* (Singgalen, 2023).

Kualitas Pelayanan yang Masih Memerlukan Peningkatan

Aspek kualitas pelayanan yang diperoleh dari analisis data juga menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa indikator yang mendapatkan skor tinggi, seperti kemampuan karyawan dalam menjaga kerahasiaan informasi dan kepedulian terhadap kebutuhan tamu, beberapa indikator lainnya masih memerlukan perhatian khusus. Penampilan karyawan dan kelengkapan fasilitas hotel yang mendapat skor rendah menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap faktor-faktor yang berkaitan dengan profesionalisme dan fasilitas fisik yang disediakan oleh hotel. Hal ini mencerminkan adanya gap antara ekspektasi tamu terhadap layanan yang diterima dengan kenyataan yang ada di lapangan.

Pada variabel kualitas pelayanan, item-item seperti "penampilan karyawan rapi dan sopan" serta "fasilitas hotel lengkap" mendapat skor yang relatif rendah, yang menunjukkan bahwa tamu merasa fasilitas yang disediakan oleh hotel tidak sebanding dengan harga yang dibayarkan atau standar yang diharapkan. Fasilitas yang tidak lengkap, terutama bagi tamu yang menginap untuk keperluan bisnis atau keluarga, menjadi salah satu faktor ketidakpuasan yang signifikan. Beberapa tamu juga mengungkapkan bahwa mereka merasa fasilitas seperti gym, ruang serbaguna, dan area penunjang keluarga atau bisnis tidak memadai dan perlu diperbarui agar lebih sesuai dengan standar hotel bintang lima.

Analisis Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *servicescape* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dengan nilai t sebesar 11,317 dan nilai sig. sebesar 0,000, dapat disimpulkan bahwa *servicescape* merupakan faktor yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini juga didukung oleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,567, yang

menunjukkan bahwa *servicescape* mampu menjelaskan 56,7% variasi dalam kualitas pelayanan. Meskipun demikian, nilai tersebut juga menunjukkan bahwa masih ada 43,3% variasi kualitas pelayanan yang tidak dapat dijelaskan oleh *servicescape*, yang mengindikasikan bahwa faktor lain, seperti perilaku karyawan dan manajemen pelayanan, juga berperan penting dalam menentukan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Pentingnya Peningkatan Kualitas *Servicescape* dan Pelayanan

Meskipun variabel *servicescape* menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kualitas pelayanan, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan masih berada dalam kategori kurang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun ada upaya untuk menciptakan lingkungan fisik yang mendukung, beberapa elemen penting dalam *servicescape* dan kualitas pelayanan perlu diperbaiki. Kualitas fasilitas hotel yang masih kurang memadai dan kurang optimalnya pemeliharaan fasilitas menjadi salah satu hal yang perlu mendapat perhatian. Begitu juga dengan perilaku karyawan yang perlu terus ditingkatkan dalam aspek penampilan, kecepatan respons, dan profesionalisme dalam memberikan layanan.

Faktor-faktor tersebut, yang berhubungan dengan fisik hotel dan interaksi antara karyawan dengan tamu, berperan besar dalam menciptakan pengalaman tamu yang menyenangkan dan berkesan. Jika kedua aspek tersebut diperbaiki dan ditingkatkan, maka kualitas pelayanan yang dirasakan oleh tamu akan meningkat secara signifikan, yang pada gilirannya akan mendukung citra dan reputasi hotel.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan, terdapat beberapa elemen yang masih perlu diperbaiki untuk memenuhi harapan tamu hotel bintang lima. Kenyamanan atmosferik yang diciptakan melalui faktor-faktor seperti suhu, pencahayaan, aroma, dan kebisingan dinilai baik oleh tamu, namun fasilitas fisik lainnya, seperti kamar, restoran, dan fasilitas penunjang, perlu pembaruan dan pemeliharaan agar sesuai dengan standar hotel mewah. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan juga perlu ditingkatkan dalam beberapa aspek, seperti penampilan dan responsivitas. Perbaikan dalam kedua aspek ini sangat penting untuk menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan bagi tamu dan meningkatkan citra hotel secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan di Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. Temuan utama dari penelitian ini mengungkapkan adanya hubungan positif yang kuat antara elemen-elemen fisik lingkungan hotel seperti pencahayaan, suhu, kebersihan, dan aroma dengan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Faktor-faktor kenyamanan atmosferik seperti suhu ruangan, pencahayaan yang tepat, dan kebisingan yang minimal ternyata memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kenyamanan tamu, yang pada gilirannya memperbaiki pengalaman mereka selama menginap. Namun, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa beberapa elemen fisik lainnya, seperti fasilitas kamar dan kebersihan fasilitas, belum memenuhi harapan tamu hotel mewah. Fasilitas yang sudah usang dan tidak berfungsi dengan optimal menjadi salah satu penyebab ketidakpuasan yang tercatat.

Secara keseluruhan, variabel *servicescape* dapat menjelaskan 56,7% variasi dalam kualitas pelayanan, yang menunjukkan betapa pentingnya pengelolaan lingkungan fisik dalam menciptakan pengalaman positif bagi tamu. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu memberikan perhatian lebih kepada pemeliharaan fasilitas fisik, pembaruan interior, serta memastikan bahwa desain lingkungan mendukung kenyamanan tamu. Meningkatkan elemen-elemen seperti fasilitas kamar, restoran, dan SPA untuk sesuai dengan standar mewah yang diharapkan tamu, serta melakukan audit rutin

terhadap kebersihan dan kenyamanan fasilitas, menjadi langkah yang sangat penting untuk memperbaiki persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Temuan ini memiliki implikasi yang sangat penting bagi manajemen hotel, terutama dalam konteks hotel bintang lima yang memiliki standar pelayanan dan fasilitas yang tinggi. Peningkatan kualitas *servicescape*, khususnya dalam hal fasilitas fisik seperti kamar, restoran, dan fasilitas penunjang lainnya, dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh tamu. Manajemen hotel disarankan untuk meninjau ulang desain interior dan tata ruang agar lebih efisien dan nyaman, serta memastikan kebersihan dan pemeliharaan fasilitas hotel secara berkala. Selain itu, pelatihan staf dalam hal profesionalisme dan responsivitas juga menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan standar yang diharapkan oleh tamu hotel mewah.

Meskipun hasil penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang pengaruh *servicescape* terhadap kualitas pelayanan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada 100 responden dari satu hotel, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili seluruh populasi tamu hotel bintang lima di Bali atau secara global. Oleh karena itu, temuan dari penelitian ini sebaiknya dilihat sebagai gambaran yang lebih spesifik untuk Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay. Kedua, penelitian ini hanya fokus pada dua variabel, yaitu *servicescape* dan kualitas pelayanan, sementara banyak faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, seperti kepuasan karyawan, pelatihan staf, dan pengelolaan manajerial. Penelitian lebih lanjut yang melibatkan variabel-variabel lain yang relevan akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel dengan melibatkan beberapa hotel bintang lima di berbagai lokasi untuk meningkatkan generalisasi hasil temuan. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan, seperti interaksi antara staf dan tamu, serta peran budaya organisasi dalam meningkatkan kualitas layanan. Penelitian yang menggabungkan faktor-faktor eksternal seperti preferensi tamu dan pengaruh lokasi hotel juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang membentuk persepsi tamu terhadap kualitas layanan di industri perhotelan mewah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Politeknik Pariwisata Bali atas dukungannya selama proses penelitian ini berlangsung. Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada manajemen *Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay* atas partisipasi dan keterbukaan mereka dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada tim editorial Bogor Hospitality Journal atas bantuan dan masukan yang sangat berarti dalam penyempurnaan artikel ini. Seluruh kontribusi yang diberikan telah menjadi bagian penting dalam keberhasilan penelitian ini.

REFERENSI

- Anggoro, A. D., 2022. PENGARUH PELATIHAN KARYAWAN TERHADAP KUALITAS. *Jurnal FAME*, 29 6, 5(1), pp. 25-40.
- Antunes, N., Elias, A. & Pais, S., 2025. *Servicescape as a Generator of Delight and Satisfaction: Repurchase Intentions in Sun & Sea Hotels*. s.l.:Springer.
- Bitner, M. J., 1992. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), pp. 57-71.
- Candra Devi, N. K. O., Santra, I. K. & Sanjaya, 2023. *Upaya Pengoptimalan Physical Evidence*

(Servicescape dan Other Tangibles) Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction di Restoran Sushi Island, Bali: Repository.pnb.ac.id.

Damayanti & Budiono, 2025. Pengaruh Servicescape, Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan. *Journal Cendekia Ilmiah*, 4(3), pp. 1-10.

Dhar, R. L., 2015. Service quality and the training of employees: The mediating role of organizational commitment. *Tourism Management*, Volume 46, pp. 419-430.

Ferdinal, E. & Tjahjawati, S. S., 2017. Pengaruh Servicescape Terhadap Kualitas Pelayanan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(1), pp. 52-61.

Fernandez, R., Diaz, C. & Tarradas, P., 2023. Promoting the Sustainable Recovery of Hospitality in the Post-Pandemic Era: A Comparative Study to Optimize the Servicescapes. *Journal IJERPH*, 20(2), p. 1100.

Jaya Negara, I. G. G., 2022. *Pengaruh Servicescape & Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu*, Bali: s.n.

Kiroyan, M., Lengkong, V. & Karuntu, M., 2019. PENGARUH SERVICESCAPE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL SAHID KAWANUA MANADO. *Jurnal EMBA*, 6 Desember.7(4).

Liyani, D. M., Kusumah, A. H. G. & Rosita, 2018. PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER DELIGHT PADA TAMU RESORT (Survey Pada Tamu yang Pernah Menginap di Resort). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1).

Lockwood, A. & Pyun, K., 2022. Developing a scale measuring customers' servicescape perceptions in upscale hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(1), pp. 40-59.

Louisa, B., Sukawadi, R. & Chen, G. Y.-H., 2021. Pendekatan text mining terhadap review pengunjung hotel bintang 5. *Journal Industrial Servicess*, 1 10, 7(1), pp. 18-22.

M., Hadi, P. & Nastiti, H., 2021. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN. *Konferensi Riset Nasional Manajemen Akuntansi dan Ekonomi*, 2(1), pp. 1267-1283.

Muzakqi, M. R. & Zaki, A., 2024. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SERVICESCAPEDANBRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN KONSUMENPADABURGER BANGOR SIDOARJO. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(1), pp. 1799-1811.

Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-40.

Permana, M. A. S. & Dewi, L. P. P., 2024. Pentingnya Peranan Masyarakat Menjaga Budaya dan Tradisi Bali Dalam Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Indonesia (JPMI)*, 12 7, Volume. 4 No. 3(<https://www.jurnal.stkipahsingaraja.ac.id/index.php/jpmi/issue/view/83>), pp. 229-236.

Rahayu, A. B., Nurhasan, R. & Dhamayanty, S., 2024. PENGARUH SERVICESCAPE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFÉ BALONG AJA KABUPATEN GARUT. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 8(3), pp. 1327-1342.

Sandira, N. F. A., 2023. *PENGARUH SERVICESCAPE, BRAND IMAGE, DAN PRODUCT MIX TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA FORE COFFEE DI KOTA MAKASSAR*, Makassar: s.n.

Saputra, K. W. A. & Yani, N. W. M. S. A., 2024. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Puri Saron Hotel Seminyak. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, April, 8(1), pp. 7734-7740.

Sari Wulan, A. A. I. R., 2024. MENGUPAS POTENSI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT: STUDI KASUS. *KAMALA 3 Kepariwisata Berbasis Masyarakat, Budaya, dan Berkelanjutan: Potensi Menuju Pariwisata Budaya Berkelanjutan*, pp. 109-116.

Shuhao Li, 2021. Linking servicescape and customer engagement: An investigation in the hotel context. *International Journal of Hospitality Management*, 9(4).

Singgalen, Y. A., 2023. Analisis Sentimen Wisatawan terhadap Kualitas Layanan Hotel dan Resort di Lombok Menggunakan SERVQUAL dan CRISP-DM. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3, 4(4), pp. 1870-1882.

- Sohyun An, Pyoungsoo, L. & Choong, H. S., 2023. Effects of Servicescapes on Interaction Quality, Service Quality, and Behavioral Intention in a Healthcare Setting. *Healthcare Management and Health Economics*, 11(18), p. 2498.
- Tjiptono, F. & Chandra, G., 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. 3 ed. Indonesia: ANDI.
- Wahyuni, Anggraini & Setiawan Jodi, 2023. Pengaruh Customer Experience, Product Quality dan Servicescape Terhadap Repurchase Intention Pada Toko Jegog Bali Jayanti. *Journal UNMAS*, 4(2), pp. 283-293.
- Wahyuni, N. P. Z., Anggraini, N. P. N. & Setiawan Jodi, I. W. G. A., 2023. PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, PRODUCT QUALITY DAN SERVICESCAPE TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA TOKO JEGOG BALI JAYANTI. *EMAS*, 4(2), pp. 283-293.