

**PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI HOTEL BALAIRUNG  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Departemen Pariwisata, Fakultas  
Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang. Sebagai Salah Satu  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)*



Oleh:

**Risti Widya Ningrum**

**Nim: 19135045**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN**

**DEPARTEMEN PARIWISATA**

**FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

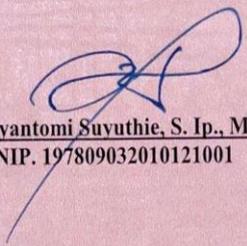
PENGARUH *SERVICESC*CAPE DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* DI HOTEL BALAIRUNG JAKARTA

Nama : Risti Widya Ningrum  
NIM/BP : 19135045/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

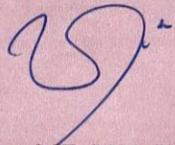
Padang, Desember 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing

  
**Hijriyantomi Suvuthie, S. Ip., M.M**  
NIP. 197809032010121001

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP

  
**Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE**  
NIP. 199202262020121012

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program  
Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan  
Perhotelan  
Universitas Negeri Padang

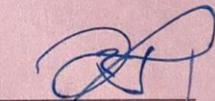
Judul : Pengaruh *Servicescape* dan *Perceived Value* Terhadap  
*Repurchase Intention* di Hotel Balairung Jakarta  
Nama : Risti Widya Ningrum  
NIM/BP : 19135045/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Desember 2023

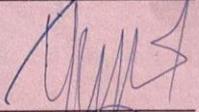
Nama

Tanda Tangan

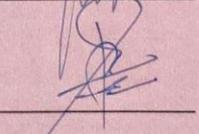
1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthie, S. Ip., M.M

1. 

2. Anggota : Youmil Abrian, SE, M.M

2. 

3. Anggota : Rian Surenda, S.EI, M.M

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131  
Telp. (0751) 7051186  
Email : [pariwisata@fpp.unp.ac.id](mailto:pariwisata@fpp.unp.ac.id)  
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Risti Widya Ningrum  
NIM/TM : 19135045 / 2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Servicescape* dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* di Hotel Balairung Jakarta” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,  
Kepala Departemen Pariwisata

**Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE**  
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,



**Risti Widya Ningrum**  
NIM. 19135045

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana pengaruh *Servicescape* dan *Perceived Value* terhadap *Repurchase Intention* di Hotel Balairung Jakarta, dimana dilatar belakangi oleh keluhan tamu di *google review*, *tiket.com* dan *traveloka* terhadap Hotel Balairung Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *Servicescape* dan *Perceived Value* terhadap *Repurchase Intention* di Hotel Balairung Jakarta.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang diterapkan sebanyak 317 responden. Teknik pengambilan data menggunakan kusioner dengan skala likert yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data terdiri dari deskripsi data, uji persyaratan analisis dengan uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas serta pengujian hipotesis dengan uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 26.00.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah *Servicescape* termasuk kedalam kategori baik dengan tingkat capaian responden 79.43%, *Perceived Value* dengan tingkat capaian responden sebesar 75.26% termasuk kedalam kategori baik dan *Repurchase Intention* dengan tingkat capaian responden sebesar 67.44% termasuk kedalam kategori baik. Kontribusi *Servicescape* (X1) dan *Perceived Value* (X2) terhadap *Repurchase Intention* (Y) adalah sebesar 51.1% sedangkan sisanya 49.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

**Kata Kunci :** *Servicescape*, *Perceived Value*, *Repurchase Intention*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Servicescape* dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Hotel Balairung Jakarta”**. Skripsi ini diselesaikan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) pada Departemen Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bimbingan, semangat, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph. D, CHE selaku Ketua Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Arif Adrian, S.E, M.SM selaku dosen Penasehat Akademik.
4. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.
5. Terkhusus kepada keluarga, orang tua Ibu dan Ayah terimakasih telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis berupa moril dan materil sehingga penulis sampai pada tahap sekarang, selalu sehat Ayah dan Ibu.
6. Dan terimakasih kepada teman-teman yang banyak membantu selama penulisan proposal skripsi ini.

Penyusunan proposal skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalamnya. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, agar proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Padang, Agustus 2023

Risti Widya Ningrum

19135045/2019

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                        | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                  | <b>ii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                      | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                | <b>viii</b> |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>              | <b>1</b>    |
| <b>A. Latar Belakang .....</b>              | <b>1</b>    |
| <b>B. Identifikasi Masalah .....</b>        | <b>12</b>   |
| <b>C. Batasan Masalah .....</b>             | <b>13</b>   |
| <b>D. Rumusan Masalah.....</b>              | <b>13</b>   |
| <b>E. Tujuan Penelitian .....</b>           | <b>14</b>   |
| <b>F. Manfaat Penelitian .....</b>          | <b>14</b>   |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>            | <b>16</b>   |
| <b>A. Kajian Teori.....</b>                 | <b>16</b>   |
| <b>B. Kerangka Konseptual .....</b>         | <b>32</b>   |
| <b>C. Hipotesis Penelitian .....</b>        | <b>33</b>   |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>  | <b>34</b>   |
| <b>A. Jenis Penelitian .....</b>            | <b>34</b>   |
| <b>B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>  | <b>34</b>   |
| <b>C. Variabel Penelitian.....</b>          | <b>35</b>   |
| <b>D. Definisi Oprasional Variabel.....</b> | <b>35</b>   |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>E. Populasi dan Sample Penelitian.....</b>   | <b>37</b> |
| <b>F. Teknik Pengumpulan Data .....</b>         | <b>40</b> |
| <b>G. Instrumen Penelitian.....</b>             | <b>41</b> |
| <b>H. Uji Coba Instrumen .....</b>              | <b>45</b> |
| <b>I. Teknik Analisis Data.....</b>             | <b>48</b> |
| <b>J. Uji Persyaratan Analisis .....</b>        | <b>50</b> |
| <b>K. Pengujian Hipotesis.....</b>              | <b>51</b> |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBEHASAN.....</b>         | <b>53</b> |
| <b>A. Deskripsi Karateristik Responden.....</b> | <b>58</b> |
| <b>B. Deskripsi Data Variabel .....</b>         | <b>58</b> |
| <b>C. Uji Normalitas .....</b>                  | <b>68</b> |
| <b>D. Pengujian Hopotesis.....</b>              | <b>71</b> |
| <b>E. Pembahasan .....</b>                      | <b>73</b> |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>         | <b>79</b> |
| <b>A. Kesimpulan .....</b>                      | <b>79</b> |
| <b>B. Saran .....</b>                           | <b>80</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                     | <b>82</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 1. Tingkat Huian Hotel Balairung Jakarta .....</b>                 | <b>3</b>  |
| <b>Tabel 2. Populasi Tamu yang Menginap Bulan Juni 2022-Mei 2023.....</b>   | <b>37</b> |
| <b>Tabel 3. Jawaban Skala Likert Pada Variabel X dan Y .....</b>            | <b>41</b> |
| <b>Tabel 4. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian.....</b>              | <b>42</b> |
| <b>Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Servicescape .....</b>             | <b>46</b> |
| <b>Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value .....</b>          | <b>46</b> |
| <b>Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Repurchase Intention .....</b>     | <b>47</b> |
| <b>Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Servicescape.....</b>           | <b>48</b> |
| <b>Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perceived Value .....</b>       | <b>48</b> |
| <b>Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Repurchase Intention .....</b> | <b>48</b> |
| <b>Tabel 11. Kriteria Penilaian Variabel .....</b>                          | <b>50</b> |
| <b>Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>    | <b>54</b> |
| <b>Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....</b>             | <b>54</b> |
| <b>Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....</b>        | <b>55</b> |
| <b>Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap .....</b>  | <b>56</b> |
| <b>Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap .....</b>  | <b>57</b> |
| <b>Tabel 17. Deskripsi Statistik Variabel Servicescape .....</b>            | <b>58</b> |
| <b>Tabel 18. Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden X1 .....</b>            | <b>59</b> |
| <b>Tabel 19. Deskripsi Statistik Variabel Perceived Value .....</b>         | <b>61</b> |
| <b>Tabel 20. Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden X2 .....</b>            | <b>62</b> |
| <b>Tabel 21. Deskripsi Statistik Variabel Repurchase Intention.....</b>     | <b>65</b> |
| <b>Tabel 22. Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden .....</b>               | <b>66</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 23. Uji Normalitas .....</b>                   | <b>69</b> |
| <b>Tabel 24. Uji Coba Multikolinearitas.....</b>        | <b>70</b> |
| <b>Tabel 25. Uji Coba Heteroskedastisitas .....</b>     | <b>71</b> |
| <b>Tabel 26. Analisis Regresi Linier Berganda .....</b> | <b>71</b> |
| <b>Tabel 27. Koefisien Regresi Uji T .....</b>          | <b>72</b> |
| <b>Tabel 28. Koefisien Determinan.....</b>              | <b>73</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Gambar 1. Hotel Balairung Jakarta .....</b>              | <b>2</b>  |
| <b>Gambar 2. Tampak Depan Hotel Balairung Jakarta .....</b> | <b>6</b>  |
| <b>Gambar 3. Lobby Hotel.....</b>                           | <b>6</b>  |
| <b>Gambar 4. Lorong Ruang Meeting .....</b>                 | <b>7</b>  |
| <b>Gambar 5. Area Restoran .....</b>                        | <b>7</b>  |
| <b>Gambar 6. Area Parkir dan Bank ATM Nagari.....</b>       | <b>7</b>  |
| <b>Gambar 7. Review Positif Tiket.com.....</b>              | <b>8</b>  |
| <b>Gambar 8. Review Negatif Tiket.com .....</b>             | <b>9</b>  |
| <b>Gambar 9. Review Positif Traveloka .....</b>             | <b>10</b> |
| <b>Gambar 10. Review Negatif Traveloka.....</b>             | <b>11</b> |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| 1. Surat Izin Pengambilan Data .....            | 85  |
| 2. Surat Izin Uji Coba dan Penelitian.....      | 86  |
| 3. Surat Balasan Izin Uji Coba Penelitian ..... | 87  |
| 4. Lembar Isi Kuesioner .....                   | 88  |
| 5. Tabulasi Data Uji Coba .....                 | 94  |
| 6. Hasil Uji Coba .....                         | 99  |
| 7. Tabulasi Data Penelitian.....                | 111 |
| 8. Uji Persyaratan Analisis .....               | 140 |
| 9. Hasil Uji Hipotesis.....                     | 142 |
| 10. Dokumentasi .....                           | 143 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Perkembangan pariwisata yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun mendorong tumbuhnya industri pariwisata secara menyeluruh. Hal ini tentu berdampak positif bagi pengembangan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sebagai salah satu daerah tujuan wisata. Wisatawan yang datang beragam baik domestik maupun mancanegara. Sektor Pariwisata hingga saat ini masih menjadi prioritas pemerintah karena dinilai mampu menjadi lokomotif pergerakan perekonomian. Pengelolaan pariwisata pun terus dikembangkan oleh pemerintah, melalui berbagai kebijakan dilakukan pemerintah untuk membuat pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal di mata dunia.

Industri perhotelan sangat kompetitif dan bergantung pada pelayanan yang efisien dan berkualitas tinggi untuk mempertahankan dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Kualitas Pelayanan dan *service* telah menjadi bagian penting dari industri perhotelan. Hotel adalah Salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil.

Menurut Hurdawaty dan Parantika (2018;7), “Hotel merupakan tempat menginap yang terdiri atas beberapa atau banyak kamar yang disewakan kepada masyarakat umum untuk waktu-waktu tertentu serta menyediakan

makanan dan minuman untuk para tamunya”. Salah satu hotel yang menyediakan pelayanan dan jasa tersebut adalah Hotel Balairung Jakarta.



**Gambar 1. Hotel Balairung Jakarta**

(Sumber: *Human resources Department*)

Hotel Balairung Jakarta adalah salah satu tempat penginapan hotel berbintang 3 yang letaknya di Kota Jakarta Timur. Hotel Balairung Jakarta merupakan salah satu Badan Usaha yang dikelola oleh Perusahaan milik Pemerintah Sumatera Barat (BUMD). Balairung Jakarta diresmikan pada tanggal 27 Desember 2012 yang dimana peresmianya ditandatangani oleh Gubernur Sumatera Barat Bapak Prof. Dr. H. Irwan Prayitno, S.Psi., M.Sc.

Sebelum berdirinya Hotel Balairung Jakarta, sudah berdiri bangunan yang diperuntukkan sebagai Kantor Badan Penghubung Sumatera Barat dan 2 lantai Mess untuk menginap yang sekarang Kantor tersebut berada di lantai 4 (empat), dibangun diatas tanah seluas 1.700 m<sup>2</sup>, dilokasi yang sangat strategis antara Jakarta Timur dengan Jakarta Pusat yang beralamat di Jl. Matraman Raya No. 19, Kel.Palmeriam, Kec.Matraman, Jakarta Timur (Telp. 021-29361010). Hotel Balairung Jakarta merupakan Hotel berbintang yang terdiri dari 12 (dua belas) lantai. Hotel Balairung Jakarta merupakan *Ethnic Moslem Friendly Hotel* (Hotel

etnik yang bernuansakan islami) dengan semboyan Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah (Adat berdasarkan Agama, Agama berdasarkan Kitab Allah SWT).

Berikut ini adalah tingkat hunian tamu yang menginap di Hotel Balairung Jakarta periode Juni 2022 - Mei 2023.

**Tabel 1. Tingkat Hunian Hotel Balairung Jakarta**

| No | Bulan          | Jumlah Kamar yang Tersedia | Total <i>Occupancy</i> | Persentase Hunian |
|----|----------------|----------------------------|------------------------|-------------------|
| 1  | Juni 2022      | 92                         | 1.291                  | 46.8%             |
| 2  | Juli 2022      | 92                         | 1.453                  | 50.9%             |
| 3  | Agustus 2022   | 92                         | 1.884                  | 66.1%             |
| 4  | September 2022 | 92                         | 1.893                  | 68.6%             |
| 5  | Oktober 2022   | 92                         | 1.655                  | 58.0%             |
| 6  | November2022   | 92                         | 1.851                  | 67.1%             |
| 7  | Desember 2022  | 92                         | 2.002                  | 70.2%             |
| 8  | Januari 2023   | 92                         | 1.348                  | 46.3%             |
| 9  | Febuari 2023   | 92                         | 1.257                  | 48.8%             |
| 10 | Maret 2023     | 92                         | 1.404                  | 49.2%             |
| 11 | April 2023     | 92                         | 735                    | 26.6%             |
| 12 | Mei 2023       | 92                         | 1.520                  | 53.3%             |

Sumber: *Human resources Dapartment, 2023*

Berdasarkan data tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa terdapatnya penurunan dan kenaikan di periode pada bulan Juni 2022 hingga Mei 2023. Pada bulan Juni yang menginap di Hotel Balairung Jakarta sebanyak 1.291 orang dengan persentase 46,8% mengalami kenaikan pada bulan Juli hingga September. Namun, menurun kembali pada bulan Oktober sebanyak 1.655 orang dengan persentase 58,0%.

Dibandingkan pada bulan sebelumnya pada tahun 2022, di bulan Febuari tahun 2023 malah kembali mengalami penurunan sebanyak 1.257

orang dengan persentase 48,8%. Dari fenomena yang terjadi, jika pihak hotel tidak segera melakukan perbaikan dan lebih memperhatikan masalah yang sering tamu permasalahan., maka tentu saja memiliki dampak bahwa tamu memutuskan untuk tidak akan menginap kembali di Hotel Balairung Jakarta.

*Repurchase intention* merupakan tindakan konsumen pasca pembelian. Terjadinya kepuasan dan ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut (Kotler & Keller, 2012).

Hotel Balairung Jakarta memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan untuk tamu yang datang menginap agar mereka puas sesuai dengan apa yang diharapkannya. Kepuasan tamu merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu hotel. Kepuasan yang diperoleh oleh tamu dapat meningkatkan intensitas pembelian kembali dari hotel tersebut (Setyo, 2017).

Niat membeli kembali merupakan suatu penilaian individu tentang membeli lagi sebuah layanan atau produk yang ditunjuk dari perusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan situasi saat ini dan kemungkinan keadaan Pelanggan akan melakukan atau memutuskan untuk membeli kembali sebuah produk tentunya didasarkan atas pengalaman yang dirasakan sebelumnya (Hellier et al., 2015).

Tujuan utama pada pembelian ulang yaitu kepuasan dan harapan tamu yang diinginkan pada kinerja atau hasil yang berkualitas. Pembelian ulang dapat dipenuhi jika proses penyampaian jasa sesuai dengan apa yang dirasakan oleh tamu dan tamu merasa puas sehingga terjadinya pembelian ulang suatu produk dan layanan. Berdasarkan hasil penelitian Nadhilah Putri Nashfati Sarjana dkk (2022), Pada Restoran Hello Taichan Kota Surakarta, menunjukkan variabel *servicescape* dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Hello Taichan. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat *occupancy* bergantung pada bagaimana fasilitas produk dan kepuasan pelayanan di hotel tersebut dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga adanya pembelian ulang.

*Servicescape* mempunyai bentuk fisik yang dapat menunjang pelayanan dalam suatu fasilitas baik dari segi interior maupun eksterior. Adapun indikator *servicescape*, *Ambient Conditions* (kondisi lingkungan sekitar), *Spatial layout and functionality* (tata letak ruang dan fungsionalitas) dan *Signs, symbols, dan artifacts* (Penggunaan tanda, simbol dan artefak). Bitner & Gremler (2018).

Zeithaml dkk. (2018) juga menjelaskan bahwa *servicescape* tidak hanya sekedar elemen dalam interior dan eksterior, tetapi juga dapat bermanfaat bagi penggunaan layanan mandiri seperti ATM, tempat gym, layanan interpersonal seperti bioskop, hotel dan kafe serta layanan jarak jauh seperti *call center*. Selain itu, *servicescape* memiliki fungsi dasar

sebagai packaging dari suatu layanan, memfasilitasi pelanggan, mensosialisasikan pelayanan hingga menjadi pembeda dengan bisnis lain yang sejenis.

Beikut beberapa gambaran mengenai kondisi sekitar Hotel Balairung Jakarta yang dimana menjadikan hal tersebut daya tarik tersendiri bagi tamu yang berkunjung.



**Gambar 2. Tampak Depan Hotel Balairung Jakarta  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)**



**Gambar 3. Lobby Hotel  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)**



**Gambar 4. Lorong Ruang Meeting**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 5. Restorant**  
(Sumber: *Human resources Department*)



**Gambar 6. Area Parkir dan Bank ATM Nagari**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berikut ada beberapa ulasan tamu mengenai *servicescape* atau kondisi sekitar hotel yang telah disediakan oleh Hotel Balairung Jakarta yaitu sebagai berikut:

Nur Muhammad Iskandar  
14 Sep 2023 - Trip Solo

Kamar luas banget, fasilitas lengkap, petugas ramah, serasa bermalam di ranah minang

👍 Apa review ini membantu?

5,0/5

Stiti Ferawati Yusuf  
13 Agu 2023

suka menu breakfastnya has padangnya ada... bersih kamarnya.

👍 Apa review ini membantu?

5,0/5

PS Purb S.

👉 9,7 / 10

Bisnis

10 Sep 2023

Dari luar langsung kelihatan khas Sumbar nya. Saya kira biasa saja karena dari luar terlihat seperti sudah lama. Tetapi mulai dari lobby sudah terlihat beda, kerenlah, masuk kamar mantap, ternyata beda dari yang dibayangkan. AC agak lama dinginnya tapi kalau sudah dingin terlalu dingin, mantap. Air hangatnya pas sekali. Kamarnya luas dan bersih. Staffnya ramah-ramah. Dekat mau kemana mana. Puaslah nginep di sini

**Gambar 7 . Review Positif**

Aleem Ahmad  
03 Sep 2023 - Trip Pasangan

Lampunya Kalo bisa jangan renang2 ,apalagi kamar mandi buat yang terang ya

👍 Apa review ini membantu?

3,0/5

WU  
18 Mei 2021 - Trip Solo

sudah tua hotel nya, dan beberapa ada yg rusak dinding nya

👍 Apa review ini membantu?

2,0/5

HG Heri G.

👉 5,8 / 10

Liburan Keluarga

2 Jan 2020

Masuk ke lobby ruangan terasa pengap dan bau apek. Proses Chek In juga lama, resepsionis seperti tidak paham SOP Booking dari Traveloka. Naik ke Lt 11 lorong gelap dan kusam, karpet lantai bau dan sangat kotor. Malam pertama semua baik-baik saja. Tapi malam kedua saya menginap hujan deras dan kamar berisik karena plafon dekat jendela bocor dan banjir. Komplain ke Engineering malah seolah kami yang salah karena menempati kamar 1105, dia lupa kalau setup kamar itu adalah kewenangan manajemen Hotel. Di toilet ada keramik yang dilester pakai lakban.

**Gambar 8. Review Negatif**

Dari ulasan di atas menunjukkan, bahwa ada beberapa keluhan tamu baik positif maupun negatif. Contoh ulasan negatif yaitu tamu tidak merasa puas dengan pelayanan hotel dimana kondisi *lobby* hotel yang kurang bersih dan pengap, *wallpaper* dinding kamar sudah rusak. Tamu merasa kurang puas juga dengan fasilitas yang sudah disediakan seperti ac rusak, pada saat hujan kamar berisik karena plafon dekat jendela bocor, dan lorong kamar gelap. Ada pula ulasan tamu yang bersifat positif salah satunya yaitu tamu merasa puas dengan kamar yang luas, fasilitasnya berfungsi dengan baik, dan tamu suka dengan menu breakfast yang khas padang.

Setiap tamu pasti beda kesan serta pengalaman saat menginap di hotel. Maka dengan itu, untuk mengatasi keluhan tamu yang bersifat negatif, sebaiknya untuk meningkatkan kepuasan tamu, pihak hotel sebaiknya melakukan *maintenance* untuk fasilitas yang rusak, serta langsung memperbaiki fasilitas yang tamu keluhkan saat menginap sehingga tamu merasa nyaman dan minat untuk melakukan pembelian ulang di Hotel Balairung Jakarta.

Menurut Kotler dalam Sutanto (2015:155), *Perceived value* merupakan dasar fundamental bagi seluruh aktivitas pemasaran dan nilai yang tinggi adalah salah satu motivasi utama pembelian oleh konsumen. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Nilai yang dirasakan adalah manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dibandingkan dengan

pengorbanan pelanggan untuk mendapatkan layanan (Kotler dan Keller, 2012:190).

Perceived value atau nilai yang dipersepsikan pelanggan adalah perbandingan antara penilaian pelanggan untuk semua manfaat yang diperoleh dan biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat tersebut. Pelanggan dipercaya memiliki persepsi berupa penilaian tertentu terhadap pengorbanan yang telah mereka perbuat untuk mendapatkan produk yang dapat mengakibatkan kepuasan sehingga bersedia untuk melakukan pembelian kembali berdasarkan jasa atau layanan yang mereka terima sebelumnya. (Kotler dan Keller, 2016)

Berikut ulasan tamu mengenai bagaimana *perceived value* di Hotel Balairung Jakarta.



**Gambar 9. Review Positif**



### Gambar 10 . *Review Negatif*

Dari ulasan di atas ada beberapa keluhan tamu baik positif maupun negatif. Untuk Keluhan tamu negative sebaiknya *staff receptionist* yang bekerja sebaiknya mengingatkan departemen lain yang bersangkutan untuk segera mengecek kamar atau fasilitas lainnya yang sekiranya tamu keluhkan, setelah itu segera mencari solusi tentang permasalahan tersebut agar tidak ada pihak yang dirugikan baik tamu maupun hotel itu sendiri. Dan sebaiknya sebelum kamar itu di jual sebaiknya di *double check* kembali agar tidak ada masalah nantinya. Ditemukan juga bahwa tamu mengeluh tentang kurang ramahnya karyawan di sana, hal ini tentu saja menjadi pertimbangan *human resource* untuk menasehati/menegur atau melakukan *training* kembali untuk karyawan yang bekerja. menunjukkan, bahwa tamu merasa tidak puas akan nilai yang dirasakan dengan apa yang mereka bayarkan tidak sesuai keinginan di Hotel Balairung Jakarta.

Penelitian ini sangat perlu dilakukan karena apabila tamu merasa tidak puas dengan fasilitas dan kualitas pelayanan yang kurang efisien serta nilai yang di dapatkan tamu kurang baik maka tentu saja akan

merusak reputasi hotel tersebut. Ketika reputasi hotel sudah rusak, maka tentu saja hotel itu tidak ada lagi peminatnya, dan tamu tidak akan kembali untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa di Hotel Balairung Jakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas, memang diperlukan adanya penelitian di Hotel Balairung Jakarta untuk mengatasi beberapa masalah yang sudah dijelaskan mengenai pengaruh kondisi lingkungan sekitar dan nilai fasilitas/pelayanan yang didapatkan terhadap minat untuk melakukan pembelian kembali. Sehingga judul penelitian yang akan diambil oleh penulis adalah : **“Pengaruh *Servicescape* dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* di Hotel Balairung Jakarta”**

## **B. Identifikasi masalah**

Identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya tamu yang setelah berkunjung ingin berkunjung kembali ke Hotel Balairung Jakarta
2. Adanya tamu yang ingin merekomendasikan produk hotel kepada orang lain
3. Adanya tamu yang tidak menjadikan hotel menjadi referensi utama untuk menginap
4. Adanya temuan tamu terhadap tamu yang tidak berminat mencari informasi mengenai produk terbaru hotel
5. Adanya temuan tamu terhadap interior dan tata ruang yang memuaskan
6. Adanya temuan tamu terhadap fasilitas pendukung yang lengkap

7. Adanya temuan tamu terhadap pelayanan karyawan yang kurang cekatan
8. Adanya temuan tamu terhadap cita rasa produk hotel yang layak
9. Adanya temuan tamu terhadap harga yang ditawarkan terjangkau
10. Adanya temuan tamu terhadap porsi produk makanan dan minuman yang memuaskan

### **C. Batasan masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. *Servicscape* dan *Perceived Value* di Hotel Balairung Jakarta.
2. *Repurchase Intention* di Hotel Balairung Jakarta.
3. Pengaruh *Servicscape* dan *Perceived Value* terhadap *Repurchase Intention* di Hotel Balairung Jakarta.

### **D. Rumusan masalah**

1. Bagaimana kondisi *servicscape* di Hotel Balairung Jakarta?
2. Bagaimana *perceived value* yang dialami tamu saat berkunjung ke hotel?
3. Bagaiman *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta?
4. Bagaiman *servicscape* terhadap *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta?
5. Bagaimana *perceived value* terhadap *repurchase intention* di Hotel Balaurung Jakarta?
6. Bagaimana pengaruh *servicscape* dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta?

## **E. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *servicescape* dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta.

### 2. Tujuan khusus

Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini yaitu:

- a. Mendeskripsikan *servicescape* di Hotel Balairung Jakarta.
- b. Mendeskripsikan *perceived value* di Hotel Balairung Jakarta.
- c. Mendeskripsikan *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta.
- d. Menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta.
- e. Menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta.
- f. Menganalisis pengaruh *servicescape* dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* di Hotel Balairung Jakarta.

## **F. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

### a. Bagi Hotel

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan *repurchase intention* dalam *servicescape* dan *perceived value*.

b. Bagi Departemen Pariwisata

Penelitian ini dapat dijadikan literatur atau pedoman dan menjadi tambahan bacaan ilmiah untuk perkuliahan.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

d. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu bagi penulis dan bermanfaat sebagai salah satu syarat penyelesaian tugas akhir perkuliahan pariwisata perhotelan.