



ANALISIS PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP REVISIT INTENTION DI LA RIVIERA PANTAI INDAH KAPUK 2

Winda Evelyn Cahyuni, Roozana Maria Ritonga

Program Studi Hospitality & Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

Email : windaevelynn@gmail.com, rritonga@bundamulia.ac.id

ABSTRAK

Kata kunci:
destinasi wisata, la riviera; revisit intention; servicescape

Latar Belakang : Indonesia adalah salah satu negara yang membangun perekonomian dan citra negara nya melalui pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Indonesia pun sudah melakukan berbagai program demi keberlangsungan dan kenaikan pariwisata di Indonesia seperti penggunaan tagline wonderful Indonesia oleh kemenparekraf dengan berbagai video cinematic yang dipublikasikan secara internasional, pembuatan program wisata unggulan seperti 10 Bali baru, dan sebagainya.

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh servicescape terhadap revisit intention di La Riviera Pantai Indah Kapuk 2. Dalam mengukur servicescape terdapat 5 dimensi yakni facility aestheticss, layout, electric equipment, ambient condition, dan employee factor kepada variabel revisit intention terdapat 3 indikator yakni keinginan kembali, keinginan untuk mengajak, dan pilihan pertama.

Metode : Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang di sebar kepada 100 orang yang sudah pernah berkunjung ke La Riviera dan diolah menggunakan alat olah data SPSS 25.

Hasil: Berdasarkan hasil akhir penelitian nantinya pihak pengelola harus mengembangkan aspek-aspek lainnya seperti atraksi atau produk wisata sehingga penerapan servicescape yang memadai dan memenuhi setiap dimensi sehingga dapat menciptakan pengunjung yang memiliki minat berkunjung kembali (revisit intention), karena tanpa adanya revisit intention, sebuah destinasi wisata secara perlahan bisa mati atau kehilangan posisi nya di masyarakat.

Kesimpulan : Hasil penelitian menunjukkan bahwa servicescape berpengaruh positif terhadap revisit intention di La Riviera Pantai Indah Kapuk 2. Dari 5 dimensi yang ada, diuji secara parsial (Uji T) dengan hasil dimensi layout dan employee factor berpengaruh secara positif sedangkan facility aestheticss, ambient condition, dan electronic equipment belum memberikan nilai positif terhadap revisit intention secara parsial.

ABSTRACT

Background: Indonesia is one of the countries that builds its economy and image through tourism. The Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) Indonesia has also carried out various programs for the sustainability and increase of tourism in Indonesia such as the use of the tagline wonderful Indonesia by the Ministry of Tourism and Creative Economy with various cinematic videos published internationally, the creation of excellent tourism programs such as 10 new Bali, and so on.

Keywords:
tourist destination, La Riviera; revisit

Purpose: This study aims to analyze whether there is an influence of servicescape on revisit intention at La Riviera Pantai Indah Kapuk 2. In measuring the servicescape

intention; there are 5 dimensions, namely facility aestheticss, layout, electric equipment, ambient Servicescape condition, and employee factor to the variable revisit intention there are 3 indicators, namely desire to return, desire to invite, and first choice.

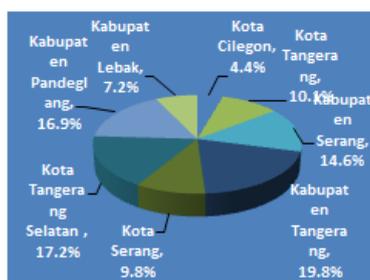
Methods: This study used quantitative research methods, data collection was carried out by distributing questionnaires distributed to 100 people who had visited La Riviera and processed using SPSS 25 data processing tools.

Results: Based on the final results of the research, the management must develop other aspects such as attractions or tourist products so that the application of adequate servicescape and meets every dimension so as to create visitors who have an interest in visiting again (revisit intention), because without revisit intention, a tourist destination can slowly die or lose its position in the community.

Conclusion: The results showed that servicescape had a positive effect on revisit intention at La Riviera Pantai Indah Kapuk 2. Of the 5 existing dimensions, it was tested partially (Test T) with the results of layout dimensions and employee factors having a positive effect while facility aesthetics, ambient conditions, and electronic equipment have not given a positive value to partial revisit intention.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang membangun perekonomian dan citra negara nya melalui pariwisata (Creswell, 2010). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Indonesia pun sudah melakukan berbagai program demi keberlangsungan dan kenaikan pariwisata di Indone Pada *Google review* sia seperti penggunaan *tagline wonderful Indonesia* oleh kemenparekraf dengan berbagai video *cinematic* yang dipublikasikan secara internasional, pembuatan program wisata unggulan seperti 10 Bali baru, dan sebagainya (Evelyna, 2022). Indonesia memiliki banyak sekali daerah dengan potensi pariwisata, salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keberagaman destinasi wisata adalah Provinsi Banten. Provinsi Banten memiliki slogan atau *tagline* untuk kepariwisataannya yakni *Exciting Banten*. Melalui portal informasi pariwisata Banten, secara keseluruhan terdapat 1083 destinasi wisata dengans tatistik kunjungan wisatawan provinsi Banten per tahun 2022 berjumlah 11.723.280 wisatawan nusantara dan 266.142 wisatawan mancanegara dengan tujuan kunjungan terbanyak berdasarkan kategori adalah destinasi wisata dengan persentase 35.3% (Dianty et al., 2021).



Gambar 1 Persentase Jumlah Wisatawan di Kab/Kota Provinsi Banten
Sumber : Portal informasi Pariwisata Banten (exciting Banten)

Berdasarkan data diatas, dari seluruh kota dan kabupaten yang ada di Provinsi Banten, yang memiliki jumlah kunjungan terbanyak selama tahun 2022 adalah Kabupaten Tangerang dengan persentase 19.8% sehingga dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Tangerang memiliki potensi wisata yang baik melihat dari jumlah kunjungannya yang terbanyak di Provinsi Banten. Dalam meningkatkan sektor ekonomi suatu daerah, sektor

pariwisata berperan penting di dalamnya, sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi kepada berbagai aspek kehidupan karena dipercaya mampu memperluas kesempatan pekerjaan karena di dalamnya terlibat berbagai jenis usaha seperti hotel, restoran, transportasi dan tentu saja objek wisata. Salah satu destinasi wisata yang ada di Kabupaten Tangerang adalah La Riviera. La Riviera yang terletak di kawasan PIK 2 masuk ke dalam bagian wilayah Kabupaten Tangerang bisa dibilang masih cukup baru. La Riviera ini ke depannya dapat membantu perkembangan wisata dan kenaikan angka wisatawan. Peneliti memilih La Riviera sebagai lokasi penelitian ini karena potensi dan perkembangannya yang signifikan (Jannah, n.d.).

La Riviera merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di kawasan Pantai Indah Kapuk 2 (PIK2) namun pembagian daerahnya sudah bukan lagi Jakarta Utara melainkan Kabupaten Tangerang, Banten. La Riviera memiliki daya tarik dengan desain bangunan ala Eropa yang berjejer rapih disepanjang jalan dan dibelah oleh sungai. Kawasan ini menjadi populer dengan cepat karena lokasi yang disuguhkan sangat indah, pengunjung bisa mencoba wahana perahu di sepanjang sungai, berfoto dengan arsitektur yang unik bergaya Eropa, berbelanja di deretan ruko hingga menantikan matahari terbenam. Tidak hanya itu kawasan ini juga sering mengadakan *event* atau *festival* kuliner berkala, sehingga pengunjung yang datang bisa menikmati jajanan atau makanan yang bervariasi. Selain festival kuliner La Riviera juga memiliki panggung pertunjukan *live music*, *photobooth*, tempat bermain / *mini carnival*, menyewa sepeda, dan *playground* untuk anak-anak kecil (Gunawan, 2018).

Pada *Google review* La Riviera memiliki bintang 4,5 dari 5 dengan jumlah ulasan sekitar 1000 lebih. Dari ulasan yang ada, yang paling banyak dibicarakan adalah seputar *servicescape* (lingkungan fisik), contohnya ulasan dari akun bernama Clasher Mania yang memberikan bintang 5 dengan ulasan “Bentuk arsitektur bangunannya persis seperti berada di Eropa dan cukup luas. Ada banyak permainan seperti pasar malam juga perahu & sepeda air. Mantap buat explore foto selfi dan asyik buat nongki2 bareng temen2. Parkirannya sangat luas. Masuk gratis (free)” lalu ulasan dari pengguna bernama Rulianto Kurniawan yang memberikan bintang 4 “Tempat yang lagi viral di daerah PIK 2 dengan suasana seperti berada di Amsterdam (Junining et al., 2022). Bagus buat ambil foto ala luar negeri, hehehe.. kalau kesini bagusnya sore hari, jadi enggak terlalu panas, dan cahaya fotonya pas.”

Namun tentu saja ada beberapa ulasan yang memiliki unsur negatif, contohnya ulasan dari nama pengguna Alvian Gaming Studios yang memberikan bintang 4 dengan keterangan ulasan “Nemu tempat ini krn lg viral di tiktok, sepanjang perjalanan disuguhin pemandangan2 indah laut, pohon kelapa, pasir putih, dan pepohonan hijau serta padang rumput yg luas dan memanjakan mata. Tiket masuk dan parkir gratis. Parkiran luas untuk mobil & motor. Dari segi *aesthetic* dan *spot* foto bagus sih tapi yah spotnya hanya sebatas jembatan dan bangunan2 ruko disekitar yg dibangun mirip ala2 luar negeri.” Dari ulasan tersebut bisa kita lihat bahwa ulasan mengenai lingkungan fisik La Riviera bersifat positif dan negatif, pengguna berkata bahwa pemandangannya indah namun *spot* foto terbatas, sehingga pengaruh *servicescape* terhadap *revisit intention* pengunjung ini masih belum diketahui, apakah mereka datang hanya sekedar karena *viral* atau *fear of missing out* atau mereka mempunyai *revisit intention* setelah mengunjungi La Riviera, demikian juga dengan ulasan dari pengguna-pengguna lain.

Menurut Liyani (2017) karena sebuah pengalaman berwisata sendiri bersifat abstrak, maka *servicescape* memiliki peran penting dalam industri pariwisata, karena salah satu bukti awal bahwa pengunjung akan mendapatkan sesuatu yang menyenangkan adalah tanda-tanda fisik yang ada disekitar. *servicescape* sendiri bukanlah suatu hal yang baru di industri pariwisata, Bitner (1992) mengemukakan pertama kali konsep *servicescape* ini dengan mengatakan bahwa lingkungan fisik suatu tempat dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam bisnis layanan Purnama (2020), oleh sebab itu *servicescape* disini berbicara mengenai lingkungan yang dikemas secara *visual* maupun *non-visual*. *servicescape* yang di desain unik dan menarik akan memberikan pengalaman

yang berbeda, yang kemudian akan menciptakan perasaan senang dan puas kepada pengunjung, yang nantinya akan menimbulkan perasaan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan *revisit intention*.

Minat berkunjung kembali (*revisit intention*) adalah kemungkinan pengunjung menggunakan layanan atau mengunjungi kembali objek wisata berulang kali bahkan dimasa depan (Artha, 2021). Minat berkunjung kembali merupakan faktor penting agar sebuah destinasi bisa terus berjalan dan meraih keuntungan jangka panjang (Liyani et al., 2017). Menurut Yuningsih (2018) dalam Waluyo (2022) menyebutkan bahwa suatu perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek dengan menunjukkan adanya keinginan untuk melakukan pembelian kembali merupakan salah satu minat berkunjung kembali atau *revisit intention*. Respon ini didapatkan ketika seseorang sudah pernah merasakan sebuah produk atau layanan. Hal-hal yang mempengaruhi seseorang memiliki minat berkunjung kembali sangatlah beragam, sehingga peneliti sendiri ingin meneliti adanya pengaruh dari *servicescape* terhadap *revisit intention*.

Peneliti ingin meneliti pengaruh nya *servicescape* terhadap *revisit intention* di La Riviera Pantai Indah Kapuk 2, terutama karena salah satu keunggulan dari La Riviera adalah arsitektur dan nuansa lingkungannya, berada di lokasi PIK yang mempunyai beragam destinasi dengan konsep yang sama yakni pertokoan atau perukoan, yang membedakan tiap-tiap destinasi yang ada adalah *servicescape* nya atau lingkungan fisiknya, contohnya *chinatown* bergaya negara China, *By the sea* dan *Batavia cove* bergaya barat, sehingga jika penelitian ini membuktikan bahwa *servicescape* berpengaruh terhadap *revisit intention* maka pihak La Riviera dapat mempertahankan dan mengembangkan dimensi-dimensi yang menjadi bagian dari *servicescape*, sehingga dapat bersaing dengan destinasi-destinasi tersebut, dan menciptakan *revisit intention* terhadap para pengunjung, sedangkan sebaliknya jika penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* di La Riviera maka berdasarkan hasil akhir penelitian nantinya pihak pengelola harus mengembangkan aspek-aspek lainnya seperti atraksi atau produk wisata sehingga penerapan *servicescape* yang memadai dan memenuhi setiap dimensi sehingga dapat menciptakan pengunjung yang memiliki minat berkunjung kembali (*revisit intention*), karena tanpa adanya *revisit intention*, sebuah destinasi wisata secara perlahan bisa mati atau kehilangan posisi nya di masyarakat. Sehingga peneliti memilih La Riviera Pantai Indah Kapuk 2 sebagai lokasi penelitian, yang sebelumnya juga belum pernah ada penelitian yang dilakukan pada lokasi ini (Suci, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *servicescape* terhadap *revisit intention* di La Riviera Pantai Indah Kapuk 2. Dalam mengukur *servicescape* terdapat 5 dimensi yakni *facility aestheticss*, *layout*, *electric equipment*, *ambient condition*, dan *employee factor* kepada variabel *revisit intention* terdapat 3 indikator yakni keinginan kembali, keinginan untuk mengajak, dan pilihan pertama.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori tertentu dengan meneliti hubungan antar (Creswell, 2010). Menurut Siregar (2018) penelitian kuantitatif menggunakan data berbentuk angka, serta diolah atau pun dianalisis dengan perhitungan statistik. Peneliti memilih jenis penelitian ini karena data yang didapat melalui sampel dari populasi yang tepat dan diolah dengan seni statistika akan menciptakan data yang dapat dianalisis dengan tepat.

Dalam menghitung data yang didapatkan, peneliti akan menggunakan program / aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Penelitian ini melibatkan 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat, dengan hubungan sebab akibat.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner yang dibuat melalui *Google Form* dan akan dibagikan kepada pengunjung yang sudah pernah mengunjungi La Riviera setidaknya 1 kali dengan usia minimal 17 tahun. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyediakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Dan data yang didapatkan dari kuesioner adalah data primer. Menurut Sugiyono (2013) data primer adalah sumber data yang serta-merta menyediakan data kepada pengumpul data. Pembagian kuesioner akan disesuaikan dengan kriteria dan jumlah sampel yang akan diambil. Pengukuran data kuesioner menggunakan skala Likert.

Populasi dan Sampel

Populasi digunakan untuk menyebutkan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, peristiwa, sikap hidup, hewan, tumbuhan, udara, dan sebagainya (Siregar, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung La Riviera. Jumlah populasi dari penelitian ini didapatkan selama 6 bulan terakhir dari waktu pengerjaan penulis, karena dari pihak pengelola baru mencatat data kunjungan mulai dari bulan September 2022. Didapatkan dengan menggunakan sistem checker dari para satpam yang menjaga pintu area masuk dari sisi selatan dan utara, sedangkan belum tentu semua kendaraan yang melalui pintu selatan dan utara tersebut mengunjungi La Riviera, namun memang sistem inilah yang mereka gunakan untuk mengukur pengunjungnya, karena untuk memasuki La Riviera tidak dipungut biaya masuk atau pun biaya parkir, dan karena La Riviera merupakan tempat open space, sehingga memang populasi di La Riviera memang relatif banyak, karena siapa pun bisa mengunjungi La Riviera dengan bebas, baik sekadar untuk berfoto, kulineran, maupun untuk bermain dengan atraksi yang ada seperti carnival, perahu-perahu, sewa sepeda dan sebagainya. Pada populasi di atas bisa dilihat jumlah kunjungan meningkat saat bulan Desember 2022, yakni saat liburan dan high season namun relatif menurun lagi di bulan Januari dan Februari 2023.

Menurut (2013), ukuran sampel yang dikatakan layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500, bila melakukan analisis dengan multivariate atau regresi berganda, maka anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil serta dipergunakan untuk menentukan sifat-sifat atau ciri-ciri yang dihendaki dari suatu populasi (Siregar, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu jenis dari *non probability sampling*, yang berarti pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, pada penelitian ini menggunakan responden yang sudah pernah berkunjung ke La Riviera setidaknya 1 (satu) kali. Sampel dalam penelitian ini diukur dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{941.351}{1+941.351 (0.1)^2} = 99.98$$

Maka untuk sampel dengan populasi sebanyak 941.351 dengan *margin error* 10% adalah 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini, dilakukan dengan hasil 100 responden menggunakan bantuan IBM SPSS 25, didapatkan nilai r-tabel sebesar 0.1966. sehingga hasil uji validitas setiap butir pernyataan pada kuesioner dengan total 30 pernyataan pada variabel *servicescape* dan *revisit intention*, dikatakan valid karena nilai r-hitung lebih

besar daripada r-tabel, sehingga seluruh pertanyaan dapat diakui dan digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menguji derajat konsistensi dan stabilitas data (Sugiyono, 2013). Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. berikut adalah hasil pengujian reliabilitas yang penulis lakukan terhadap variabel *servicescape* dan *revisit intention* dengan menggunakan hasil dari 100 responden:

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N
<i>servicescape</i> (X)	.930	20
<i>revisit intention</i> (Y)	.891	10
Keseluruhan <i>servicescape</i> dan <i>revisit intention</i>	.950	30

Sumber : Data diolah penulis dengan SPSS 25 (2023)

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *servicescape*, *revisit intention* dan secara keseluruhan, lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas**

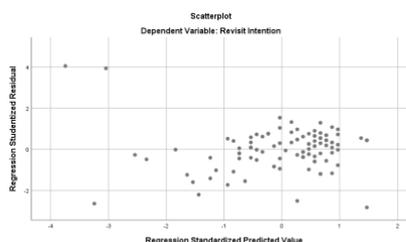
Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Exact Sig. (2-tailed)	.331
Point Probability	.000

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25 (2023)

Pada tabel hasil uji normalitas di atas, bisa dilihat bahwa nilai Exact Sig. (2 tailed) sebesar 0.331 yang merupakan lebih besar dari 0.05, sehingga bisa dikatakan bahwa variabel terdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Diolah Peneliti Menggunakan SPSS 25 (2023)

Pada hasil pengujian Scatterplot di atas dapat dilihat bahwa titik-titik terdistribusi atau tersebar secara acak, dan berada di sekitar angka 0, tersebar di atas dan di bawah, sehingga titik-titik tersebut tidak berkumpul pada 1 titik saja, kemudian titik-titik diatas tidak membentuk pola garis yang beraturan, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>facility aestheticss</i>	.444	2.255
Layout	.359	2.782
Electronic Equipment	.379	2.639
<i>ambient condition</i>	.312	3.201
<i>employee factor</i>	.329	3.035

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25 (2023)

Dasar pengambilan keputusan dari uji multikolinearitas ini adalah, dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF lebih kecil dari 10,00, sebaliknya dapat dinyatakan terjadi multikolinearitas apabila jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 terjadi Multikolinearitas. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh dimensi tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764a	.583	.561	3.897

a. Predictors: (Constant), *employee factor*, *facility aestheticss*, Electronic Equipment, Layout, *ambient condition*

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25 (2023)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh *facility aestheticss* (X1.1), layout (X1.2), *electronic equipment* (X1.3), *ambient condition* (X1.4), dan *employee factor* (X1.5) terhadap variabel *revisit intention* (Y) adalah 0.561, sehingga pengaruhnya adalah 56,1%, sedangkan 43.9% lainnya disebabkan oleh faktor lain.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	6.458	3.420	
<i>facility aesthetics</i>	-.122	.257	-.048
<i>Layout</i>	.497	.227	.243
<i>Electronic Equipment</i>	.260	.342	.082
<i>ambient condition</i>	.332	.261	.151
<i>employee factor</i>	1.299	.365	.413

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai a sebesar 6.458 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel *revisit intention* belum dipengaruhi oleh variabel *facility aestheticss* (X1.1), *layout* (X1.2), *electronic equipment* (X1.3), *ambient condition* (X1.4), dan *employee factor* (X1.5). jika variabel independen tidak ada, maka variabel *revisit intention* tidak mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi X1.1, sebesar -0.122, menunjukkan arah berlawanan sehingga setiap bertambahnya variabel *facility aestheticss* tidak memiliki pengaruh yang positif melainkan negatif terhadap *revisit intention*.
3. Nilai koefisien regresi X1.2, sebesar 0.497, menunjukkan bahwa variabel *layout* mempunyai pengaruh positif terhadap *revisit intention*, yang berarti setiap kenaikan satuan variabel *layout* akan mempengaruhi *revisit intention* sebesar 0.491 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Nilai koefisien regresi X1.3, sebesar 0.260, menunjukkan bahwa variabel *electronic equipment* mempunyai pengaruh positif terhadap *revisit intention*, yang berarti setiap kenaikan satuan variabel *electronic equipment* akan mempengaruhi *revisit intention* sebesar 0.260 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Nilai koefisien regresi X1.4, sebesar 0.332, menunjukkan bahwa variabel *ambient condition* mempunyai pengaruh positif terhadap *revisit intention*, yang berarti setiap kenaikan satuan variabel *ambient condition* akan mempengaruhi *revisit intention* sebesar 0.332 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. Nilai koefisien regresi X1.5, sebesar 1.299 menunjukkan bahwa variabel *employee factor* mempunyai pengaruh positif terhadap *revisit intention*, yang berarti setiap kenaikan satuan variabel *employee factor* akan mempengaruhi *revisit intention* sebesar 1.299 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari interpretasi di atas, diketahui bahwa dari 5 dimensi yang ada, hanya *facility aestheticss* yang tidak berpengaruh positif terhadap *revisit intention*, dalam hal ini penulis memposisikan hasil kepada keadaan lapangan di La Riviera, dan menyimpulkan bawa desain dan arsitektur di La Riviera walau memang dibuat berbeda dari yang lain yakni bergaya Eropa, belum cukup untuk menjadi suatu dimensi kuat terhadap *revisit intention*. Karena tempat wisata ini *viral* di berbagai sosial media, maka banyak pengunjung datang karena ingin mengunjungi dan karena perasaan FOMO (*fear of missing out*), sehingga jika dikaitkan dengan keinginan untuk berkunjung kembali, dimensi desain dan arsitektur ini masih belum kuat, sebagaimana kita tau berbagai tempat wisata di daerah Pantai Indah Kapuk juga menyajikan desain dan arsitektur yang beragam baik secara gara Eropa, China, Barat sehingga La Riviera dinilai belum bisa mengandalkan arsitektur dan desain terhadap tempat wisata lainnya. Selain itu dinilai juga bahwa semakin terkenal nya La Riviera hanya sekadar dari arsitektur nya saja, maka pengunjung hanya akan datang untuk berfoto-foto dan belum tentu mau datang lagi, kecuali memang diimbangi dengan faktor lain seperti atraksi, daya tarik, dan sebagainya. Di sisi lain, 4 dimensi lainnya, seperti *layout*, *electronic equipment*, *ambient condition* dan *employee factor* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*, karena dalam penerapannya di lapangan, ke-empat dimensi tersebut berperan besar dalam kenyamanan dan kebahagiaan pengunjung sehingga terhadap pengaruh yang positif.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	399.916	26.337	.000b
Residual	15.184		
Total			

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25 (2023)

Dengan pengambilan dasar keputusan berdasarkan nilai signifikansi, dari tabel diatas diketahui taraf signifikansi adalah $0.000 < 0.05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kinerja atau dengan kata lain, terdapat pengaruh positif antara variabel *facility aestheticss* (X1.1), *layout* (X1.2), *electronic equipment* (X1.3), *ambient condition* (X1.4), dan *employee factor* (X1.5) secara bersama-sama terhadap *revisit intention* (Y). Selanjutnya, dengan dasar pengambilan keputusan menggunakan F tabel, dengan rumus F tabel :

$$= (k;n-k) = (5;100-5) = (df-5 \text{ ke } 95) = 2.310$$

Maka, nilai F tabel pada pengujian ini adalah 2.31, nilai F hitung pada pengujian diatas adalah $26.337 > 2.310$, yang berarti terdapat pengaruh *facility aestheticss* (X1.1), *layout* (X1.2), *electronic equipment* (X1.3), *ambient condition* (X1.4), dan *employee factor* (X1.5) secara bersama-sama terhadap *revisit intention* (Y). Dengan demikian, hipotesis yang diterima adalah H6, sedangkan hipotesis H06 ditolak. Yang berarti *servicescape* berpengaruh terhadap *revisit intention* di La Riviera Pantai Indah Kapuk 2.

Uji T

Tabel 7 Hasil Uji T

Model	t	Sig.
(Constant)	1.888	.062
<i>facility aesthetics</i>	-.476	.635
<i>Layout</i>	2.185	.031
<i>Electronic Equipment</i>	.761	.449
<i>ambient condition</i>	1.271	.207
<i>employee factor</i>	3.563	.001

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25 (2023)

Dasar pengambilan keputusan pada uji T adalah, jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Berikut merupakan rumus t tabel pada pengujian T dengan nilai alpha sebesar 5% $= 0.05$, yang berarti tingkat kepercayaannya adalah 95%

$$= (a/2 ; n-k-1)$$

$$= (0,05/2 ; 100-5-1)$$

$$= (0,025 ; 94)$$

$$= 1.985$$

Dengan demikian berikut adalah hasil uji T :

Tabel 7 Patch Coefficients

Pengaruh Model	T- Tabel	T-statistics	Keterangan
<i>facility aestheticss > revisit intention</i>	1.985	-0.476	Tidak Berpengaruh
<i>Layout > revisit intention</i>	1.985	2.185	Berpengaruh
<i>electronic equipment > revisit intention</i>	1.985	0.761	Tidak Berpengaruh
<i>ambient condition > revisit intention</i>	1.985	1.271	Tidak Berpengaruh
<i>employee factor > revisit intention</i>	1.985	3.563	Berpengaruh

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Dapat dilihat bahwa dari 5 dimensi, 3 tidak berpengaruh dan 2 berpengaruh secara parsial, pengunjung merasa *layout* dan *employee factor* berperan dalam kenyamanan mereka berkunjung sehingga ingin berkunjung kembali karena kedua dimensi tersebut bersifat tetap, sebaliknya variabel *facility aestheticss*, *electronic equipment*, dan *ambient condition* secara parsial belum memberikan pengaruh positif terhadap *revisit intention* (Sulartiningrum, 2020).

Sesuai dengan observasi peneliti dengan apa yang terjadi di lapangan, bahwa ruang lingkup La Riviera belum terlalu luas, sehingga spot-spot foto yang ada hanya itu-itu saja, berdasarkan hasil tanya jawab saya dengan beberapa pengunjung, mereka berkata bahwa dalam sehari saja mereka sudah bisa menjelajahi seluruh spot foto yang ada, sehingga untuk berkunjung kembali belum menjadi pilihan utama mereka, kecuali jika ada penambahan wilayah atau produk wisata baru, selain itu dukungan alat-alat elektronik dalam menunjang kegiatan berwisata memang belum terlalu memadai, karena mereka memang bukan tempat wisata yang bergantung dengan alat-alat elektronik, karena mereka bersifat outdoor, udara pada siang hari juga sangat panas, dan kurang nya kipas outdoor, sehingga pada platform *Google review*, kata “panas” di highlight menjadi salah satu kata yang paling sering di mention, berdasarkan *review* di *Google* yang sebagian besar memang datang berkunjung karena viral di social media, sehingga La Riviera harus terus mengembangkan lingkungan fisiknya / *servicescape* dan mengimbangi nya dengan faktor lain seperti atraksi, sehingga bisa menimbulkan *revisit intention* / keinginan berkunjung kembali para pengunjung yang lebih kuat, terlebih lagi karena lokasinya berada di Pantai Indah Kapuk yang banyak destinasi utama nya mengutamakan lingkungan fisik / *servicescape*.

KESIMPULAN

Kesimpulan menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* di La Riviera Pantai Indah Kapuk 2. Dari 5 dimensi yang ada, diuji secara parsial (Uji T) dengan hasil dimensi *layout* dan *employee factor* berpengaruh secara positif sedangkan *facility aestheticss*, *ambient condition*, dan *electronic equipment* belum memberikan nilai positif terhadap *revisit intention* secara parsial.

DAFTAR PUSTAKA

- Artha, T. (2021). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Niat Kunjungan Kembali (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik Di Objek Wisata Tangkuban Perahu)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: *pustaka pelajar*.
- Dianty, R., Abrian, Y., & Surenda, R. (2021). Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(2), 163–169.
- Evelyna, F. (2022). Pengaruh Servicescape, Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 203–219.
- Gunawan, S. A. (2018). *Pengaruh Servicescape Terhadap Revisit Intention Melalui Perceived Service Quality Di Ubud Hotel & Cottage Kota Malang (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Jannah, N. K. (n.d.). *Representasi Pesan Moral Remaja Dalam Film Animasi “Luca*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif
- Junining, E., Kusuma, T. S., & Oktanella, Y. (2022). Pemanfaatan E-Map dalam Booklet Bilingual Berbasis Responsible Tourism sebagai Promosi Pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat. *DIMASLOKA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi*

Informasi Dan Informatika, 1(1), 29–34.

- Liyani, D. M., Kusumah, A. H. G., & Rosita, R. (2017). 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)*, 11–22.
- Purnama, R. A., & Andajani, E. (2020). Pengaruh Servicescape Terhadap Customer Loyalty Restoran Limited Service Di McDonald's Surabaya. *Ekonomi dan Bisnis, 6(2)*, 157–176.
- Siregar, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Kencana.
- Suci, D. N. (2019). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Servicescape Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Destination Image (Study Pada Objek Wisata di Kota Payakumbuh)*. Universitas Andalas.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sulartiningrum, S. (2020). Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada KFC Cabang Pondok Indah Plaza. *Seminar Nasional Kepariwisataaan (SENORITA) 2020*.
- Waluyo, S. E. Y., Huda, K., & Fitriyani, Z. A. (2022). Pengaruh Destination Image dan Harga Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi di Joglo Park. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 10(3)*, 833–852.
- Yuningsih, E. (2018). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Pada Destinasi Wisata Kota Bogor. *Jurnal Visionida, 4(1)*, 13–22.



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