

ABSTRAKSI

Pertumbuhan jumlah taman bermain di Indonesia menjadikan taman bermain sebagai salah satu alternatif rekreasi bagi keluarga. Taman bermain sebagai salah satu bisnis jasa dimana pengalaman dan kepuasan pengunjung menjadi salah satu hal yang utama. Pengunjung mengevaluasi layanan jasa yang mereka terima berdasarkan pada elemen lingkungan jasa dengan dimoderasi oleh *customer predispositions*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh elemen lingkungan jasa yang terhadap evaluasi pengalaman jasa dengan variabel moderasi *customer predisposition* pada salah satu taman bermain yang ada di Surabaya yaitu Suroboyo Carnival Night Market. Elemen lingkungan jasa terdiri atas *substantive staging* dan *communicative staging* sementara *customer predispositions* terdiri atas *fantastic imaginary orientation* dan *desire for active participation*. Data yang diperoleh sejumlah 170 orang melalui pembagian kuisioner secara langsung pada bulan November 2014 di Suroboyo Carnival menggunakan *purposive sampling* dan analisis data menggunakan *partial least square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *substantive staging* berpengaruh pada evaluasi pengalaman jasa namun *communicative staging* tidak berpengaruh terhadap evaluasi pengalaman jasa. Evaluasi pengalaman jasa juga berpengaruh secara signifikan terhadap *experience intensification* dan *experience extension*, namun *customer predispositions* dalam penelitian ini tidak signifikan sebagai moderator antara elemen lingkungan jasa dengan evaluasi pengalaman jasa.

Kata kunci: taman bermain, elemen lingkungan jasa, evaluasi pengalaman jasa, *customer predispositions*, *experience intensification*, *experience extension*, Suroboyo Carnival.

ABSTRACT

Growth in the number of theme park in Indonesia make theme park as one alternative for family recreation. Theme park as one of service business where experience and satisfaction of visitors to be one of the main things. Visitors evaluate services based on servicescape elements moderated by customer predispositions.

Current research is to determine the effect of servicescape elements, service experience evaluation moderated by customer predispositions to one of existing theme park in Surabaya, Suroboyo Carnival Night Market. Servicescape elements consists of substantive staging and communicative staging while customer predispositions consists of fantastic imaginary orientation and desire for active participation. The number of samples 170 questionnaires divided directly at Suroboyo Carnival in November 2014 using purposive sampling and analysis of data using partial least squares (PLS).

The results show, substantive staging significantly affect service experience evaluation but communicative staging does not affect service experience evaluation. Service experience evaluation also significantly affect experience intensification and experience extension, while customer predispositions has no significant in this study as a moderator between servicescape elements with service experience evaluation.

Keywords: theme park, servicescape elements, service experience evaluation, customer predispositions, experience intensification, experience extension, Suroboyo Carnival.