

ABSTRAK

Husni Mubarak. 190541100092. Pengaruh Persepsi *Servicescape* Terhadap *Place Attachment* Wisatawan Pantai Lombang Sumenep. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi *servicescape* terhadap *place attachment* wisatawan Pantai Lombang Sumenep. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana persepsi wisatawan terhadap *servicescape* yang dimiliki Pantai Lombang. Persepsi *servicescape* merupakan salah satu yang dapat memunculkan *place attachment* individu terhadap Pantai Lombang. *Place Attachment* merupakan hasil dari interaksi antara individu dengan lingkungan fisik suatu tempat yang menghasilkan respon emosional wisatawan pantai Lombang sehingga dapat mengetahui apa yang membuat wisatawan berkunjung ke Pantai Lombang. Hal ini tentunya dapat dijadikan acuan untuk strategi pengembangan pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental, dimana pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen skala persepsi *servicescape* dan skala *place attachment*. Penelitian ini dilakukan terhadap subjek penelitian yang pernah atau sedang berkunjung ke Pantai Lombang yang berjumlah 227 subjek. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan gabungan insidental *sampling* dan *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana dengan bantuan *SPSS 26.00 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai $F=153.219$ dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan *servicescape* terhadap *place attachment*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan arah yang positif artinya semakin tinggi persepsi *servicescape* yang diterima pengunjung Pantai Lombang maka akan semakin tinggi tingkat *place attachment*. Adapun sumbangan efektif variabel persepsi *servicescape* terhadap variabel *place attachment* pada penelitian ini sebesar 40,2%.

Kata kunci: Pariwisata, pantai lombang, *place attachment*, persepsi *servicescape*

ABSTRACT

Husni Mubarak. 190541100092. *The Influence of servicescape Perception on Place Attachment of Lombang Beach Tourists in Sumenep. Psychology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University, Madura. 2022.*

This study aims to determine the effect of servicescape on the place attachment of tourists at Lombang Beach, Sumenep. This research is important to identify how tourists perceive the servicescape of Lombang Beach. Servicescape is one that can bring up individual place attachments to Lombang Beach. Place Attachment is the result of the interaction between individuals and the physical environment of a place that produces an emotional response from Lombang beach tourists so they can find out what makes tourists visit Lombang Beach. This of course can be used as a reference for tourism development strategies. This research uses a non-experimental quantitative approach, where a quantitative approach is carried out in inferential research. Data collection in this study used the servicescape scale instrumen and the place attachment scale in the form of a questionnaire as the medium. This research was conducted on tourists who have visited or are currently visiting Lombang Beach. This research was conducted on 227 subjects. The analysis used in this study is a simple linear regression test with the help of SPSS 26.00 for Windows. The results of this study showed a value of $F = 153,219$ with a significance of 0.000. This value is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) meaning that the hypothesis put forward in this study is accepted, namely that there is a significant effect of servicescape on place attachment. The results of this study also show a positive direction, meaning that the higher the servicescape received by visitors to Lombang Beach, the higher the level of place attachment. The effective contribution of the servicescape variable to the place attachment variable in this study was 40.2%.

Kata kunci: *lombang beach, place attachment, servicescape perception, tourism,*