

## Desain Interior Terhadap Dimensi Kepuasan Pelanggan Di Hotel Harris Vertu Harmoni

Fifi Nofiyanti<sup>1)\*</sup>, Christin Setiawan<sup>2)</sup>, Tesia Putri Fanica<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Dosen STP Trisakti, <sup>2</sup>Dosen STP Trisakti, <sup>3</sup>Mahasiswa STP Trisakti

[Fifi.nofiyanti17@stptrisakti.ac.id](mailto:Fifi.nofiyanti17@stptrisakti.ac.id); [christinsetiawan@stptrisakti.ac.id](mailto:christinsetiawan@stptrisakti.ac.id)

---

### CHRONICLE

---

#### Keywords:

*Design interior; customer satisfaction; Harris Vertu Harmony*

---

### Abstract

*This study aims to determine the effect of interior design on customer satisfaction dimensions at Harris Vertu Harmoni Hotel. This research was conducted because interest in staying in hotels to fill vacation time has begun to be liked by consumers. The difference in design, service, facilities, and others provided by the hotel becomes the consideration of guests who will stay. The research method used in this study uses quantitative descriptive methods. Determination of the number of samples used by researchers in this study is based on the Slovin method as a measurement tool to calculate the sample size, so we get 100 respondents. The study was conducted at the Harris Vertu Harmoni hotel located in the Old Town area. The study was conducted before covid pandemic 19 in September 2019. Based on the results and discussion of the relationship between Variable X (Interior Design) and Y Variables (Dimensions of Customer Satisfaction) was 0.545 showing that the relationship between Interior Design and Dimensions of Customer Satisfaction was very strong then the regression between interior design with dimensions of customer satisfaction namely  $Y = 12,014 + 0,206X$ . Can be proven by calculating the coefficient for hypothesis testing obtained t value of 6.440 with a sig value of 0.000 so  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that the interior design variable has a significant influence on customer satisfaction dimensions at Harris Vertu Harmoni Jakarta. Harris Vertu Harmoni Hotel has a unique interior design, for example: a birdcage-shaped restaurant, colorful bedrooms, and other locations that have different interior designs.*

---

## PENDAHULUAN

Perhotelan menjadi tujuan berlibur di masa kini, tamu yang menginap menginginkan hotel atau penginapan yang nyaman dan menjadi kesan liburannya. Zaman milenial seperti sekarang ini hampir setiap tamu yang datang untuk menginap di hotel adalah tamu yang tertarik pada desain interior disetiap hotel. Bagi beberapa tamu juga menginap di hotel hanya untuk merasakan pengalaman unik atau interior khas dari suatu hotel tersebut. Dan kadang beberapa tamu datang untuk menginap di hotel untuk menikmati liburan mereka hanya stay di hotel tersebut tetapi bisa menikmati berbagai fasilitas yang ada di hotel tersebut seperti swimming pool, fitness centre dan berbagai fasilitas lainnya.

Dunia perhotelan adalah industri jasa yang menjual perpaduan antara produk dan layanan jasa kepada tamu. Desain bangunan, eksterior dan interior, kamar hotel, suasana yang diciptakan, restoran beserta makan dan minuman, dan keseluruhan fasilitas yang ada merupakan bentuk dari produk yang dijual. Sedangkan keramahtamahan dan keterampilan karyawan atau staff hotel dalam melayani tamu atau pelanggan merupakan bentuk dari layanan yang dijual. Produk yang baik dan pelayanan yang baik merupakan strategi dalam memberikan kepuasan pada tamu atau pelanggan.

Hotel Harris Vertu Harmoni adalah hotel yang berdiri dibawah naungan Tauzia Management. Hotel Harris Vertu Harmoni mempunyai grup besar dan Harris Vertu Harmoni adalah hotel yang berada di daerah Jakarta pusat. Desainnya yang unik dan berbeda menyebabkan hotel Harris Vertu Harmoni menjadi salah satu hotel yang menarik untuk dikunjungi terutama anak-anak muda dan keluarga yang sedang liburan karena rasa penasarannya yang tinggi. Akan tetapi, perlu disadari bahwa keadaan lingkungan hotel Harris Vertu Harmoni secara tidak langsung mempengaruhi minat tamu yang datang.

Faktor first impression yang dirasakan konsumen melalui aspek desain interior yang menarik, merupakan faktor yang memiliki kontribusi paling besar bagi konsumen dalam memilih budget hotel di Indonesia. Lobby hotel merupakan area publik pada hotel yang memberikan kesan pertama bagi pemakai hotel yang dibentuk berdasarkan lingkungan fisiknya. Lobby hotel memiliki peran penting dalam branding hotel dan menciptakan suasana fisik yang diinginkan hotel. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar desain interior hotel yang diteliti masih terbatas pada area lobby hotel saja, namun belum ada penelitian yang membahas pengaruh desain interior bagian ruangan lainnya, seperti kamar tidur, ballroom, meeting room dan lain-lain.

## KAJIAN LITERATUR

Menurut Kusuma, dkk., (2018: 226), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa desain interior pada hotel kapsul di Jawa Timur berhasil memberikan pengaruh positif terhadap psikologis penggunaannya (keamanan, kenyamanan, dan pengalaman ruang yang dirasakan). Walaupun berbeda-beda di setiap hotelnya, pengaruh psikologis tersebut dapat ditarik garis besar sesuai dengan uraian dibawah ini. Dinjau dari aspek complying (pengalaman ruang), hotel kapsul menawarkan sebuah pengalaman yang diwujudkan dari penyajian fasilitas-fasilitas unit kapsulnya. Seperti misalnya menonton TV menggunakan headphone, hal tersebut

merupakan sebuah pengalaman berbeda yang sering kali tidak ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

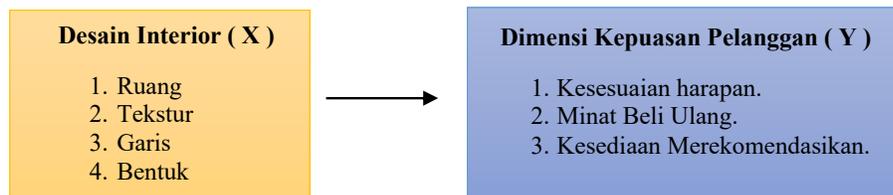
Menurut Nurfadilah dan Rachmaniyah (2016: 192), sebagai hotel bisnis, tamu Hotel Bisnis didominasi oleh orang-orang yang datang ke Surabaya untuk bekerja. Karena itu, tamu hotel memiliki tingkat stres yang cukup tinggi. Maka dibutuhkan interior ruangan yang mampu membantu tamu melepas penat dari pekerjaan yang mereka lakukan. Tema interior minimalis montana merupakan pengerucutan dari tema modern natural yang menjadi ciri khas Hotel Bisnis. Penggunaan bentuk-bentuk yang sederhana pada interior dan elemen-elemen alam yang mampu memberi kesan dingin yang menenangkan cocok untuk tamu hotel yang ingin bersantai setelah lelah beraktivitas selama sehari penuh.

Kugler (2011:57) menyatakan bahwa atmosfer ruang pada desain interior dapat muncul karena dibentuk oleh elemen-elemen yang menyusunnya sebagai berikut 1) Ruang, 2) Tekstur, 3) Garis, 4) Bentuk, 5) Pencahayaan. Dan faktor menurut Kugler (2011:57) juga menjadi acuan sebagai variabel X di penelitian ini. Penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Ruang  
Ruang merupakan elemen utama pada desain interior yang diartikan sebagai tata letak. Tata letak interior tidak hanya mengenai peletakkan elemen pembentuk ruang sesuai keinginan dan kebutuhan saja, melainkan juga mempertimbangkan pencahayaan, penghawaan, susunan dan akses bagi pengguna ruang.
- 2) Tekstur  
Tekstur merupakan tingkat kekasaran atau kelembutannya dari penampilan suatu elemen yang mengisi ruang. Karakter dan atmosfer sebuah ruang dapat dibentuk dengan penerapan tekstur pada interior yang menyesuaikan dengan ukuran ruangnya. Tekstur ringan, tipis dan halus dapat memberi kesan ruang yang lebih besar, sedangkan tekstur berat akan memberi kesan ruang menjadi lebih sempit.
- 3) Garis  
Elemen garis pada suatu ruang dapat muncul melalui penataan furnitur, dekorasi dan bentuk arsitektur suatu ruangan. Tegap atau lembutnya elemen garis yang ditonjolkan dapat mempengaruhi karakter dan atmosfer dari interior suatu ruang.
- 4) Bentuk  
Bentuk adalah harmonisasi dari satu atau lebih dimensi yang ada pada suatu ruangan. Pada dasarnya, bentuk dalam desain interior terbentuk dari kombinasi serta kalkulasi dari beberapa unsur garis, sehingga sering dipadankan dengan pola garis.
- 5) Pencahayaan  
Cahaya memegang peranan penting dalam mewujudkan atmosfer ruang dalam. Pencahayaan yang baik dan sesuai dengan karakter ruang yang direncanakan akan dapat memaksimalkan aktivitas dan produktivitas yang dilakukan dalam ruang tersebut. Tata cahaya bias dapat menambah atau mengurangi keindahan interior.

Menurut Sunyoto (2013:35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dimensi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut: 1) Kesesuaian Harapan, 2) Minat berkunjung kembali, 3) Kesiediaan merekomendasikan.

Variabel X adalah Desain Interior, sedangkan Variabel Y adalah variabel bebas yang mendapatkan pengaruh dari variabel X yaitu Dimensi Kepuasan Pelanggan. Kerangka konsep penelitian sebagai berikut:



Kebaharuan dan urgensi penelitian ini yaitu pentingnya mengetahui kriteria desain interior mampu mempengaruhi dimensi kepuasan pelanggan atau tidak. Karena dengan adanya penelitian ini, maka dapat menjadi ide dan saran untuk hotel-hotel, homestay, atau jenis penelitian lainnya. Menentukan daerah keputusan untuk menerima  $H_0$  atau menerima  $H_a$ .

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

$H_0$  : Diterima jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel

$H_a$  : Diterima jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel

## METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang merupakan penelitian yang dirancang untuk mengumpulkan sejumlah data yang dapat mendeskripsikan dari orang, peristiwa, dan situasi.

Menurut Sugiyono (2012:13) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Menurut Sugiyono (2011:14) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang. Obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel yang terkait sebagai berikut:

- 1) Variabel Independen (X) merupakan variabel bebas dimana keberadaannya tidak dihubungkan oleh variabel lain.
- 2) Variabel dependen (Y) merupakan variabel tidak bebas, artinya keberadaan ini sangat berhubungan dan tergantung pada variabel independen.

Variabel bebasnya (independent) dalam penelitian ini adalah desain interior, dan variabel terikat (dependent) dalam penelitian ini adalah dimensi kepuasan pelanggan di Harris Vertu Harmoni. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian dapat digunakan dalam berbagai bidang, perbedaan pemilihan skala pengukuran dalam berbagai bidang, perbedaan pemilihan skala pengukuran terletak pada isi dan penekanan yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan Skala Nominal dalam mengukur variabel demografi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan status. Skala Interval usia, pendapatan, dan masa kerja.

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dalam menyelesaikan masalah. Menurut Sugiyono (2009:134) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Data yang telah terkumpul melalui kuesioner, kemudian penulis olah keadaan bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden, dimana pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan.

Penelitian ini populasi yang digunakan adalah tamu yang menginap di Hotel Harris Vertu Harmoni atau kerabat dan teman yang pernah menginap di Hotel Harris Vertu Harmoni Jakarta yang berjumlah 100 orang. Untuk mewakili populasi tersebut maka akan digunakan sampel dalam penelitian, yang akan mempermudah dalam melakukan analisis dan mendapatkan kesimpulan.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode *Slovin* sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui 100 responden. Hotel Harris Vertu Harmoni dalam sebulan tamu yang datang kurang lebih 850 tamu, dengan batas toleransi kesalahan adalah 10%. Karena populasi dalam penelitian ini diketahui maka dalam pengambilan jumlah sampel penulis menggunakan Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^{-2}}$$

Dimana :

$n$  : Jumlah sampel

$N$  : Jumlah populasi

$e$  : Batas toleransi kesalahan ( *error tolerance* )

Perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{8.500}{1 + ((8.500 \times 10^{-2}))}$$

$$n = \frac{8.500}{1 + ((8.500 \times 0,010))}$$

$$n = 98,84$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini digenapkan sejumlah 100 orang tamu yang menginap di Harris Vertu Harmoni. Menurut Setyadin dalam Gunawan (2013:160) wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Observasi diawali dengan survey untuk memahami karakteristik data dan situasi objek penelitian. Dalam hal ini wawancara

dilakukan dengan berdasarkan wawancara tersebut, peneliti mendapatkan gambaran umum tentang Harris Vertu Harmoni Jakarta.

Menurut Sugiyono (2010:199) kuesioner adalah Teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Penarikan data dengan membagikan kuesioner dilakukan bulan November 2019. Dalam hal ini penulis menyebarkan kuesioner yang berkaitan dengan penelitian yang kemudian akan diisi tamu yang menginap di Hotel Harris Vertu Harmoni atau kerabat dan teman yang pernah menginap di Hotel Harris Vertu Harmoni Jakarta.

Menurut Sarjono, dkk., (2011:35), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2016:177) validitas menurut menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson *product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n (\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum x_{tot}^2) - (\sum x_{1tot})^2)}}$$

Keterangan :

r = Korelasi *product moment*

$\sum X_i$  = Jumlah skor suatu item

$\sum X_{tot}$  = Jumlah total skor jawaban

$\sum x_i^2$  = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$  = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$  = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,6 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliabel). Untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antara dua variabel dan juga untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara dua variabel yang biasa disebut variabel bebas ( X ) dan variabel terikat ( Y ). Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Menurut Sugiyono (2009:214 ) dalam SPSS ada tiga metode korelasi sederhana ( *bivariate correlation* ) diantaranya *Pearson Correlation*, *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correclation Pearson Correlation* digunakan untuk data berskala

interval atau rasio, Sedangkan *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correlation* lebih cocok untuk data berskala ordinal.

Dikaitkan dengan tujuan penelitian, maka metode analisis data atau pengolahan data yang digunakan pada penelitian proyek akhir ini adalah metode analisis deskriptif dan korelatif. Dimana data-data diolah dengan menggunakan metode korelasi dari pearson product moment. Berikut adalah rumus pearson :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum X \cdot Y - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (N \cdot \sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien Korelasi Product Moment Pearson

X : Variabel Bebas

Y : Variabel Terikat

N : Banyaknya sampel

Menurut Ghozali (2016 : 95) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variable independen yang dimasukkan kedalam model. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variable dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel

Koefisien Determinasi (Kd) dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien kuadrat korelasi

Untuk mempermudah analisa dalam pemecahan masalah yang diteliti maka digunakan alat bantu statistic SPSS. Menurut Sugiyono (2014: 270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Persamaan Umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam Variabel dependen yang diprediksikan

$\alpha$  = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada

variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Menurut Sugiyono (2016:2) uji signifikansi parsial (uji t) atau individu digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah untuk uji t atau uji parsial adalah :

Perumusan Hipotesis

HO = B1 = 0

Ha = B1 ≠ 0

Menentukan daerah kritis, daerah kritis ditentukan oleh nilai t-tabel dengan derajat bebas n-k, dan taraf nyata. Menentukan nilai t-hitung untuk mendapatkan nilai t-hitung maka dengan cara:

$$t - \text{hitung} = \frac{b - B}{sb}$$

Dimana :

t-hitung = Besarnya t-hitung

b = Koefisien Regresi

Sb = Standar error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini dijelaskan hasil dari analisis data yang diperoleh dari penelitian ini. Uji validitas berguna untuk menguji variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana jumlah variabel dalam penelitian ini memuat 16 pertanyaan.

Tabel dibawah ini merupakan hasil uji validasi yang dilakukan dalam system SPSS.

Tabel 1  
Uji Validitas

| No.            | Variabel | r tabel | r hitung | Keterangan |
|----------------|----------|---------|----------|------------|
| Ruang          |          |         |          |            |
| 1              | X1       | 0,1966  | 0,495    | Valid      |
| 2              | X2       | 0,1966  | 0,524    | Valid      |
| 3              | X3       | 0,1966  | 0,375    | Valid      |
| Tekstur        |          |         |          |            |
| 4              | X4       | 0,1966  | 0,524    | Valid      |
| 5              | X5       | 0,1966  | 0,667    | Valid      |
| Garis          |          |         |          |            |
| 6              | X6       | 0,1966  | 0,555    | Valid      |
| 7              | X7       | 0,1966  | 0,544    | Valid      |
| Bentuk         |          |         |          |            |
| 8              | X8       | 0,1966  | 0,501    | Valid      |
| 9              | X9       | 0,1966  | 0,497    | Valid      |
| Pencahayaannya |          |         |          |            |

|                            |     |        |       |       |
|----------------------------|-----|--------|-------|-------|
| 10                         | X10 | 0,1966 | 0,429 | Valid |
| 11                         | X11 | 0,1966 | 0,559 | Valid |
| Kesesuaian Harapan         |     |        |       |       |
| 12                         | X12 | 0,1966 | 0,526 | Valid |
| 13                         | X13 | 0,1966 | 0,534 | Valid |
| Minat Kunjung Kembali      |     |        |       |       |
| 14                         | X14 | 0,1966 | 0,493 | Valid |
| 15                         | X15 | 0,1966 | 0,573 | Valid |
| Kesediaan Merekomendasikan |     |        |       |       |
| 16                         | X16 | 0,1966 | 0,469 | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Penyebaran kuesioner dengan banyak 100 responden dengan signifikan dua arah = 0,05, maka didapat r tabel sebesar 0,1966 atau dibulatkan menjadi 0,196.

#### Uji Reabilitas Desain Interior Terhadap Dimensi Kepuasan Pelanggan

| Reliability Statistics |              |
|------------------------|--------------|
| Cronbach's Alpha       | N of N items |
| .638                   | 16           |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai Cronbach's Alpha untuk Desain Interior Terhadap Dimensi Kepuasan Pelanggan sebesar 0,638. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan termasuk dalam indikator reliabilitas sangat baik. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner, berikut penjabaran dari indikator dari desain interior yang sudah diteliti dan terdiri dari : ruang, tekstur, garis, dan bentuk. Berikut penjabaran per pertanyaan dari setiap indikator. Didapatkan hasil bahwa 48% pelanggan menyatakan pencahayaan yang cukup terang membuat tamu bisa menikmati ruangan tersebut sambil membaca buku, koran dan mengerjakan aktivitas lainnya. Berdasarkan hasil kuisisioner mengenai hawa di ruang hotel bahwa 47% pelanggan sangat setuju jika hawa yang positif yang ada diruangan tersebut membuat tamu merasa akan lebih nyaman. 47% sangat setuju hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat setuju jika warna ruangan yang terang seperti orange (warna khas dari Harris Vertu Harmoni) bisa membangkitkan semangat untuk menjalani aktivitas. Berkaitan dengan tekstur gambar 52% sangat setuju hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat setuju jika tekstur gambar sangat mempengaruhi ruangan tersebut. Sesuai indikator Tekstur warna sebesar 47% pelanggan sangat setuju menunjukkan tekstur warna membuat ruangan tersebut menjadi simple dan elegan.

## Desain Interior

Tabel 2  
Analisis Deskriptif Nilai Rata-Rata Subvariabel X

|                    | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
| X1                 | 100 | 3       | 5       | 4.42 | .606           |
| X2                 | 100 | 3       | 5       | 4.41 | .605           |
| X3                 | 100 | 3       | 5       | 4.30 | .745           |
| X4                 | 100 | 3       | 5       | 4.45 | .626           |
| X5                 | 100 | 3       | 45      | 4.77 | 4.119          |
| X6                 | 100 | 2       | 5       | 4.39 | .618           |
| X7                 | 100 | 2       | 5       | 4.42 | .654           |
| X8                 | 100 | 3       | 5       | 4.57 | .555           |
| X9                 | 100 | 2       | 5       | 4.49 | .659           |
| X10                | 100 | 3       | 5       | 4.51 | .611           |
| X11                | 100 | 3       | 5       | 4.50 | .628           |
| Valid N (listwise) | 100 |         |         |      |                |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.26 diatas diketahui rata-rata tertinggi adalah 4.77 yaitu pada pernyataan X5 ( Tekstur warna membuat ruangan tersebut menjadi simple dan elegan ). Sedangkan terendah terdapat pada pernyataan X3 ( Warna ruangan yang terang seperti orange warna khas dari Harris Vertu Harmoni bisa membangkitkan semangat untuk menjalani aktivitas ) dengan nilai rata-rata 4.30.

Nilai Rata-Rata Variabel Y (Dimensi Kepuasan Pelanggan) berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3  
Analisis Deskriptif Nilai Rata-Rata Subvariabel Y

|                    | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
| Y1                 | 100 | 2       | 5       | 4.23 | .763           |
| Y2                 | 100 | 2       | 5       | 4.38 | .616           |
| Y3                 | 100 | 3       | 5       | 4.50 | .674           |
| Y4                 | 100 | 3       | 5       | 4.48 | .627           |
| Y5                 | 100 | 3       | 5       | 4.55 | .592           |
| Valid N (listwise) | 100 |         |         |      |                |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.27 diatas diketahui rata-rata tertinggi adalah 4.55 yaitu pada pernyataan Y5 ( Pelayanan yang memuaskan akan membuat tamu feels like home dan membuat tamu merekomendasikan ke teman yang akan berlibur ke Jakarta ).

Sedangkan terendah terdapat pada pernyataan Y1 ( Harga yang tamu bayar ke hotel membuat tamu tidak perlu mencari tempat yang lain untuk menikmati liburan mereka ) dengan nilai rata-rata 4.23.

Hasil dari mean keseluruhan variabel X dan Y sesuai analisis data sebagai berikut:

Tabel 4  
Uji Deskriptif Variabel X dan Variabel Y

|   |         | X     | Y     |
|---|---------|-------|-------|
| N | Valid   | 100   | 100   |
|   | Missing | 0     | 0     |
|   | Mean    | 49.23 | 22.14 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.28 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata variabel X ( Desain Interior ) lebih besar yaitu pada nilai 49.23, sedangkan variabel Y ( Dimensi Kepuasan Pelanggan ) berada pada nilai rata-rata 22.14.

Hasil mengenai ada atau tidaknya korelasi antara Desain Interior terhadap Dimensi Kepuasan Pelanggan di Harris Vertu Harmoni Jakarta. Dengan perhitungan terhadap variabel X dan Variabel Y sebagai berikut:

Tabel 5  
Hasil Uji Korelasi Pearson 2 Variabel

|   |                     | X      | Y      |
|---|---------------------|--------|--------|
| X | Pearson Correlation | 1      | .545** |
|   | Sig. (2-tailed)     |        | .000   |
|   | N                   | 100    | 100    |
| Y | Pearson Correlation | .545** | 1      |
|   | Sig. (2-tailed)     | .000   |        |
|   | N                   | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Hubungan antara Variabel X (Desain Interior) dengan Variabel Y (Dimensi Kepuasan Pelanggan) adalah 0.545 menunjukkan bahwa hubungan antara Desain Interior dan Dimensi Kepuasan Pelanggan adalah sangat kuat hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0.000 < 0,05 yang artinya terhadap hubungan sangat kuat dan signifikansi antara Desain Interior dengan Dimensi Kepuasan Pelanggan di Harris Vertu Harmoni Jakarta.

Berikut ini adalah hasil penelitian berdasarkan uji koefisien determinasi yang diteliti agar dapat kita lihat  $r$  square nya :

Tabel 6  
 Analisis Deskriptif Koefisien Determinasi

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square |
|-------|-------------------|----------|-------------------|
| 1     | .545 <sup>a</sup> | .297     | .290              |

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.30 dapat diketahui bahwa R adalah hasil korelasi sebelumnya sebesar 0,545, sedangkan R Square adalah hasil dari olahan rumus regresi sebesar 0,297.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 12.014                      | 1.584      |                           | 7.584 | .000 |
|       | X          | .206                        | .032       | .545                      | 6.440 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 12.014 + 0.206X$$

- Konstanta sebesar 12.014 menyatakan bahwa jika ada kenaikan nilai dari variable desain interior (Variabel X) dapat dikatakan bahwa jika desain interior mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 12.014.
- Nilai koefisien regresi (b) desain interior sebesar 0.206 dapat dikatakan bahwa jika desain interior mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0.206.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan yang positif menunjukkan arah pengaruh desain interior terhadap dimensi kepuasan pelanggan adalah positif, dengan kata lain semakin tinggi desain interior maka semakin tinggi dimensi kepuasan pelanggan di Harris Vertu Harmoni Jakarta.

Mengetahui nilai t tabel, maka perhitungan didasarkan pada derajat kebebasan  $df = n-2$  yakni  $100-2 = 98$  dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%.

Tabel 7  
 Hasil Uji Hipotesis Uji t

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 12.014                      | 1.584      |                           | 7.584 | .000 |
|       | X          | .206                        | .032       | .545                      | 6.440 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 6.440 dengan nilai sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai tabel 1,660 dan nilai sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel desain interior memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap dimensi kepuasan pelanggan di Harris Vertu Harmoni Jakarta.

Memperjelas hasil penelitian, berikut ini gambar interior yang diberikan untuk kenyamanan tamu di hotel Harris Vertu Harmoni Jakarta.



Gambar 1. Harris Vertu Harmoni Jakarta



Gambar 2. Swimming Pool Outdoor



Gambar 3. Voyage Restaurant



Gambar 4. Executive Lounge



Gambar 5. Kamar Hotel



Gambar 6. Restaurant

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai hubungan antara Variabel X ( Desain Interior ) dengan Variabel Y ( Dimensi Kepuasan Pelanggan ) adalah 0.545 menunjukkan bahwa hubungan antara Desain Interior dan Dimensi Kepuasan Pelanggan adalah sangat kuat kemudian regresi antara desain interior dengan dimensi kepuasan pelanggan yaitu  $Y = 12.014 + 0.206X$ . Hasil uji determinasi dapat dilihat bahwa besar presentase kontribusi desain interior terhadap dimensi kepuasan pelanggan yaitu sebesar  $r^2$  (0,297) atau 29,7% dan sisanya 70,3% dipengaruhi oleh faktor yang tidak teliti dalam penelitian ini kemungkinan seperti kualitas produk, brand image, loyalitas pelanggan dan lain-lain. Dapat dibuktikan dengan perhitungan koefisien untuk pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 6.440 dengan nilai  $sig$  sebesar 0,000 dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel desain interior memiliki pengaruh secara signifikan terhadap dimensi kepuasan pelanggan di Harris Vertu Harmoni Jakarta.

Interior yang disajikan *Hotel Harris Vertu Harmoni* berupa nuansa restoran unik dan berkesan menggunakan sangkar burung jumbo. Nuansa kamar hotel yang dihiasi dengan lukisan dan hiasan unik lainnya. Desain interior ini membuat tamu hotel menjadi terkesan dan nyaman.

### REFERENSI

- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro Fandy Tjiptono. 2006. Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.
- Gunawan, Iman. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kugler, Cecilia. (2011). *Interior Design Considerations And Developing The Brief. Principal*. Sydney, Australia: CK Design International.
- Kusuma, Angela Lisa., dkk. (2018). Pengaruh Desain Interior terhadap Psikologis Pengguna Hotel Kapsul di Jawa Timur. *JURNAL INTRA*. Vol. 6, No. 2. Hlm. 219-227.
- Nurfadilah, Citra dan Nanik Rachmaniyah. (2016). Redesain Interior Hotel Bisnis dengan Konsep Minimalis Montana. *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*. Vol. 5. No.2.

- Sarjono, dkk., (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen)*. Jakarta. PT Buku Seru.