



## ***Pengaruh Public Design, Room Meeting Design Dan Ambience Condition Terhadap Guest Satisfaction Dalam Kegiatan Meeting Di Pangeran Beach Hotel Padang***

**Febrina Vionicha Milanda<sup>1</sup>, Feri Ferdian<sup>2</sup>**

Universitas Negeri Padang

**Abstrack** *This research began with the discovery of problems related to public design, meeting room design, ambience conditions and guest satisfaction. This research aims to analyze the influence of public design, room meeting design and ambience conditions on guest satisfaction in meeting activities at Pangeran Beach Hotel Padang. The population of this study was 300 respondents with a sampling technique using the purposive sampling method. The data collection technique was carried out using a questionnaire which had been tested for validity and reliability using a Likert scale. Hypothesis testing through multiple linear regression testing using SPSS version 25.00 shows that the variables X1, X2 and So hypotheses H1 to H4 are accepted. The public design variable is included in the good category using a master scale of 5 scales with an average value of 4.11. Meeting room design is included in the good category with an average value of 4.26, ambience condition is included in the good category with an average value of 4.26 and guest satisfaction is included in the very good category with an average value of 4.40. The R Square value obtained was 0.73, meaning that the influence of variables X1, X2 and X3 on Y was 73%, while 27% was influenced by other factors.*

**Keywords:** *Public Design, Meeting Room Design, Atmosphere Condition, Guest Satisfaction*

**Absrak** Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan yang berkaitan dengan public design, room meeting design, ambience condition dan guest satisfaction. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh public design, room meeting design dan ambience condition terhadap guest satisfaction dalam kegiatan meeting di Pangeran Beach Hotel Padang. Populasi dari penelitian ini sebanyak 300 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner (angket) yang sudah diuji validitas serta reliabilitasnya menggunakan skala likert. Pengujian hipotesis melalui uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25.00 menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y berpengaruh signifikan nilai F hitung adalah sebesar 335.038 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis H1 hingga H4 di terima. Variabel public design termasuk dalam kategori baik yang menggunakan skala master scale dari 5 skala dengan nilai rata-rata 4,11. Room meeting design termasuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 4,26, ambience condition termasuk kategori baik dengan nilai rata-rata 4,26 dan guest satisfaction termasuk kategori sangat baik dengan nilai rata-rata 4,40. Diperoleh nilai R Square sebesar 0.73, artinya pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y adalah sebesar 73% sedangkan 27% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** Desain Publik, Desain Ruang Rapat, Kondisi Suasana, Kepuasan Tamu

### **PENDAHULUAN**

Ditengah pesatnya perkembangan pariwisata dunia saat ini, semua sektor ikut terseret dalam arus perkembangan zaman. Di era sekarang perkembangan pariwisata menjadi salah satu dari bagian pembangunan ekonomi agar dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara (Sutiarso, 2018). Salah satunya dalam bidang akomodasi hotel. Permenparekraf (2013), “Usaha hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”.

<sup>1</sup> Corresponding author.

E-mail : [Vionicha25@gmail.com](mailto:Vionicha25@gmail.com), [feri\\_ferdian@fpp.unp.ac.id](mailto:feri_ferdian@fpp.unp.ac.id)

Hotel adalah tempat penginapan atau peristirahatan sementara yang akan di gunakan bagi para wisatawan yang berlibur ke suatu daerah wisata. Hotel juga merupakan salah satu akomodasi yang saat ini semakin menarik wisatawan asing maupun domestik (Sembiringet al., 2020). Hotel Pangeran *Beach* yang beralamat di Jalan Ir. Juanda No.79 Padang merupakan salah satu akomodasi yang banyak di minati. Hotel biasanya berkaitan dengan desain yang mewah dan nyaman di pandang mata.

Desain hotel yang pertama kali di lihat oleh tamu yang berkunjung merupakan *public design* yaitu *lobby* hotel. *Lobby* adalah titik komunikasi pertama antara tamu dan staf, membentuk persepsi awal tamu tentang properti (Dong, 2018). Oleh karena itu, *lobby* hotel dianggap sebagai tempat yang memengaruhi pengalaman hotel para tamu (Nanu, Ali, Berezina & Cobanoglu, 2020). Selain menginap tamu yang datang ke hotel juga mengadakan *event*, tamu *event* itu juga mengharapkan layanan *event* yang baik.

*Meeting room* merupakan suatu ruangan yang biasanya digunakan untuk menyelenggarakan rapat, bonus perjalanan, pertemuan, pameran, perjamuan pada suatu periode dengan tujuan berbeda. Dalam sebuah *meeting room* diperlukan adanya fasilitas yang baik sebagai penunjang untuk kelancaran *event* yang dilakukan oleh tamu. Rapat pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk pertemuan orang-orang dalam suatu organisasi, untuk membicarakan segala permasalahan yang terjadi, sehingga organisasi mampu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Priansa dan Garnida 2013:181).

Pada tabel 1 berikut ini dapat di lihat jumlah *event* yang menggunakan *meeting room* Pangeran *Beach* Hotel Padang pada bulan Januari – Juni 2023 sebagai berikut

:Tabel 1. Jumlah Kegiatan *Meeting* tahun 2023 di Pangeran *Beach* Hotel Padang

No	Bulan	Jumlah Kegiatan <i>Meeting</i>
1	Januari	33
2	Februari	82
3	Maret	84
4	April	82
5	Mei	84
6	Juni	94
<b>Total</b>		<b>459</b>

Sumber : Sales Marketing (2023)

Berdasarkan table di atas terdapat kondisi kegiatan *meeting* yang tidak stabil diduga karena belum tercapainya harapan tamu mengenai design *lobby* ataupun *design meeting room* dan kondisi suasana yang kurang nyaman. Pada *meeting room* juga terdapat fasilitas yang

mempengaruhi lingkungan sekitar (*ambience condition*) guna memenuhi keinginan tamu demi kelancaran *event*.

*Ambience condition* mengacu pada suhu, kebisingan, aroma dan musik. Kondisi lingkungan sekitar (*ambience condition*) menurut Lupiyoadi (2014:125) adalah apa saja yang mempengaruhi indera. Perhatian utama adalah bagaimana menciptakan lingkungan yang dapat mempengaruhi perasaan konsumen dan membuat mereka merasa nyaman dalam lingkungan pelayanan. Penciptaan suasana yang menarik dengan berbagai dekorasi dan memperhatikan rasa nyaman tamunya agar dapat berlama-lama ditempat tersebut mampu menimbulkan perasaan puas pada tamu, seperti studi dilakukan oleh (Atsnawiyah et al., 2022; Effendy et al., 2019; Randy Yudi Mamase & Octaviani, 2020; Santika et al., 2017; Utomo & Maskur, 2022) menyatakan suasana ada pengaruh yang positif terhadap kepuasan tamu.

Kepuasan tamu atau *guest satisfaction*, menurut rusydi (2017:25) adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen. Menurut Lovelock dan Wright (Panjaitan dan Yulianti, 2016) menyatakan bahwa kepuasan tamu atau konsumen adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan.

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi penulis selama melakukan magang bersertifikat II di Pangeran *Beach* Hotel Padang pada bulan Juli - Desember tahun 2022, peneliti menemukan beberapa bentuk masalah yaitu 1) belum terpenuhi harapan tamu mengenai design *meeting room* di pangeran *Beach* hotel yang cukup terbilang design yang sederhana. 2) di temukannya keluhan tamu mengenai area hotel yang padat dengan tamu yang bentrok saat ada wisuda dan *meetingroom*. 3) adanya keluhan tamu mengenai bau pewangi di area *lobby*. 4) belum tercapainya harapan tamu dengan design *lobby* yang memadai. 5) di temukannya keluhan ruangan *meeting* tidak kedap suara. 6) di temukannya keluhan tamu mengenai bau di ruangan *meeting*. 7) di temukannya keluhan tamu mengenai soundsystem yang kurang jelas. 8) di temukannya keluhan lampu ruangan *meeting* kurang terang. pencahayaan yang tidak sesuai atau redup dapat menciptakan rasa rileks bahkan mengantuk (Wisnu,et al., 2017). 9) adanya keluhan tamu mengenai suhu ac yang terlalu dingin.

Berdasarkan latar belakang variabel penelitian ini yaitu *public design*, *room meeting design* dan *ambience condition* termasuk kedalam dimensi *servicescape*. Menurut Lovelock dalam Lumentut dan Palandeng (2014), “*Servicescape* adalah segala sesuatu yang secara fisik hadir disekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa yang dapat

mempengaruhi persepsi pelanggan, baik secara internal maupun eksternal“. Bila *servicescape* dari *meeting room* sesuai dengan yang diharapkan oleh tamu, maka tamu yang pernah dan sedang menggunakan *meeting room* akan memberi penilaian yang baik terhadap *servicescape meeting room* tersebut. Jika *servicescape* disediakan melebihi yang diharapkan oleh tamu, maka *servicescape* tersebut dipersepsikan ideal. Sebaliknya, jika *servicescape* yang disediakan buruk dibandingkan dengan yang diharapkan oleh tamu, maka *servicescape* tersebut dipersepsikan buruk. Oleh sebab itu baik atau buruknya penilaian dari tamu terhadap *servicescape* yang disediakan tersebut tergantung kepada penyedia jasa dalam memenuhi harapan tamu dan dapat di simpulkan bahwa *public design, meeting room* maupun suasana berkontribusi terhadap kepuasan tamu. Oleh karen itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh *public design, room meeting design* dan *ambience condition* terhadap *guest satisfaction* dalam kegiatan *meeting* di Pangeran Beach Hotel Padang.

## **Metode**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal (sebab akibat) dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan penelitian pada bulan Oktober – November 2023 di Pangeran Beach Hotel Padang yang beralamat di Jl. Ir. Juanda No.79 Padang. Menurut Sugiyono (2019) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal sebuah penelitian yang dilakukan dengan tujuan mengetahui hubungan antara dua variabel tersebut.

Penelitian ini terdapat variabel indenpenden *public design* (X1), *room meeting design* (X2), *ambience condition* (X3) dan variabel dependen *guest satisfaction* (Y). Menurut Sugiyono (2018: 57), "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh tamu yang mengadakan kegiatan *meeting* pada bulan Januari – Juni 2023 yang berjumlah 1.474 tamu dengan teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan purposive sampling berjumlah 300 responden yang melakukan kegiatan *meeting* di Pangeran Beach Hotel Padang. Menurut Sugiyono (2013: 81), "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari menyebarkan angket kepada responden, yaitu berupa informasi dari tamu tentang *public design, room meeting design, ambience condition* dan kepuasan tamu yang telah di uji validitas serta

reliabilitasnya, kemudian di uji dengan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas untuk menguji persyaratan analisisnya. Pada uji hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda memakai rumus :  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + e$  dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.00

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Hasil**

#### **Deskripsi Karakteristik Responden**

##### **a. Karakteristik Respondan Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh informasi bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 141 orang dengan persentase 46,8% dan wanita sebanyak 159 orang dengan persentase 53,2%.

##### **b. Karakteristik Respondan Berdasarkan Usia**

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan usia yang diperoleh informasi bahwa responden usia <20 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 3%, usia <21-30 tahun sebanyak 108 orang dengan persentase 36,1%, usia <31-40 tahun sebanyak 124 orang dengan persentase 41,5%, usia <40 tahun sebanyak 59 orang dengan persentase 19,4%.

##### **c. Karakteristik Respondan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir**

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang diperoleh informasi bahwa responden yang tingkat pendidikan akhir SD sebanyak 1 orang dengan persentase 0.3%, tingkat pendidikan akhir SMP sebanyak 2 orang dengan persentase 0.7%, tingkat pendidikan akhir SMA sebanyak 75 orang dengan persentase 25%, tingkat pendidikan akhir sarjana/diploma sebanyak 222 orang dengan persentase 74%,

##### **d. Karakteristik Respondan Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang diperoleh informasi bahwa responden karyawan swasta sebanyak 72 orang dengan persentase 24,1%, wirausaha sebanyak 50 orang dengan persentase 16,7%, PNS sebanyak 158 orang dengan persentase 52,8%, mahasiswa/pelajar sebanyak 19 orang dengan persentase 6,4%.

##### **e. Karakteristik Respondan Berdasarkan Penghasilan**

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan penghasilan yang diperoleh informasi bahwa responden dengan penghasilan <1.000.000 sebanyak 15

orang dengan persentase 5,1%, penghasilan 1.000.000 – 3.000.000 sebanyak 55 orang dengan persentase 18,5%, penghasilan >3.000.000 sebanyak 227 orang dengan persentase 76,4%.

f. Karakteristik Respondan Berdasarkan Instansi

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan Instansi yang diperoleh informasi bahwa responden instansi swasta sebanyak 100 orang dengan persentase 32,4% dan instansi pemerintah sebanyak 200 orang dengan persentase 67,6%.

g. Karakteristik Respondan Berdasarkan Jumlah Melakukan Kegiatan *Meeting*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan jumlah melakukan kegiatan *meeting* di Pangeran *Beach* Hotel Padang yang diperoleh informasi bahwa responden yang melakukan *meeting* <3 kali sebanyak 93 orang dengan persentase 31%, kegiatan *meeting* 4-6 kali sebanyak 79 orang dengan persentase 26,3%, dan kegiatan *meeting* >6 kali sebanyak 128 orang dengan persentase 42,7%.

### **Deskripsi Data Variabel**

a. Variabel *Public design* (X1)

Data *public design* diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 8 butir pernyataan yang disebarkan kepada 300 tamu yang memakai *meeting room* di Pangeran *Beach* Hotel Padang yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya termasuk dalam kategori baik, dengan nilai rata-rata 4,11 dari 5 skala.

b. Variabel *Room meeting design* (X2)

Data *room meeting design* diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 8 butir pernyataan yang disebarkan kepada 300 tamu yang memakai *meeting room* di Pangeran *Beach* Hotel Padang yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya termasuk dalam kategori baik, dengan nilai rata-rata 4,26 dari 5 skala.

c. Variabel *Ambience condition* (X3)

Data *ambience condition* diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 10 butir pernyataan yang disebarkan kepada 300 tamu yang memakai *meeting room* di Pangeran *Beach* Hotel Padang yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya termasuk dalam kategori baik, dengan nilai rata-rata 4,26 dari 5 skala.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ali dkk. (2016), pelanggan cenderung demikian lebih puas bila suasananya sesuai dengan ekspektasi mereka terhadap hal tersebut tingkat hotel. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan pengaruh suasana yang ditemukan di hotel mewah terhadap kepuasan pelanggan.

d. Variabel *Guest Satisfaction* (Y)

Data *guest satisfaction* diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 14 butir pernyataan yang disebarkan kepada 300 tamu yang memakai *meeting room* di Pangeran *Beach* Hotel Padang yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya termasuk dalam kategori sangat baik, dengan nilai rata-rata 4,40 dari 5 skala.

### Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan Nilai Koefisien Varians dengan alat bantu program SPSS versi 25.00 terdapat pada table 2 sebagai berikut :

Tabel 2 Uji Normalitas

<i>Descriptive Statistics</i>				
	N	Mean	Std. Deviation	Nilai Koefisiensi Varians %
Y	300	62.15	5.823	9.37
X1	300	32.91	4.492	13.65
X2	300	34.08	4.013	11.78
X3	300	42.64	4.758	11.16
Valid N (listwise)	300			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2023

Baerdasarkan uji di atas, Nilai Koefisiensi Varians Y adalah 9.37%, Nilai Koefisiensi Varians X1 adalah 13.65%, Nilai Koefisiensi Varians X2 adalah 11.78% dan Nilai Koefisiensi Varians X3 adalah 11.16%, dapat di simpulkan bahwa nilai koefisiensi varians variabel < 30% maka di nyatakan data berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat di lihat pada table 3 sebagai berikut :

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	X1	.194	5.148
	X2	.278	3.596
	X3	.169	5.913

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.00, 2023.

Berdasarkan hasil analisis uji multikoleniaritas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa diperoleh nilai tolerance Variabel *Public design* (X1) adalah 0.192 dan nilai VIF adalah 5.148, *Room meeting design* (X2) nilai tolerance adalah 0.278 dan VIF adalah 3.596, *Ambience condition* (X3) nilai tolerance adalah 0.169 dan VIF adalah 5.913. Ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikoleniaritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan yang lain. Apabila variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Hasil uji multikoleniaritas dapat di lihat pada table 3 sebagai berikut :

Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.422 <sup>a</sup>	.178	.155	13.48791
a. Predictors: (Constant), X2X3, X1_Kuadrat, X2, X3, X1, X2_Kuadrat, X3_Kuadrat, X1X3				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2023

$$\begin{aligned}
 C^2 \text{ hitung} &= n \times R \text{ Square} \\
 &= 300 \times 0.178 \\
 &= 53,40
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 C^2 \text{ table} &= n-1 \\
 &= 300 - 1 \\
 &= 299 \\
 &= 340.32
 \end{aligned}$$

Nilai  $c^2$  hitung 53,40 < c table 340.32, dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala/terbebas uji heteroskesdisitas.

**Pengujian Hipotesis**

Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dapat di lihat pada table 4 sebagai berikut :

Tabel 4 Uji Linear Berganda

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7831.281	3	2610.427	335.038	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2306.265	296	7.791		
	Total	10137.547	299			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.00, 2023.

Berdasarkan hasil uji di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 335.038 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya Variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y berpengaruh signifikan. Berarti Hipotesis (H4) diterima, X1, X2 dan X3, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y. Selanjutnya untuk mengetahui besar koefisien determinasi regresi antara variabel *public design*, *room meeting design* dan *ambience condition* terhadap *guest satisfaction*, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5 Koefisien Determinasi Regresi

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.201	1.518		11.991	.000
	X1	.502	.082	.388	6.162	.000
	X2	.337	.076	.232	4.422	.000
	X3	.373	.083	.305	4.524	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.00, 2023.

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + B1X1 + B2X2 + B3X3$$

$$Y = 18.201 + 0.502 + 0.337 + 0.373$$

Berdasarkan persamaan di atas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar 0.502 dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ , variabel X2 sebesar 0.337 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . variabel x3 sebesar 0.373 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . artinya setiap peningkatan 1 satuan *public design* akan meningkatkan 0.502 *guest satisfaction*, setiap peningkatan 1 satuan *room meeting design* akan meningkatkan 0,377 *guest satisfaction* dan setiap peningkatan 1 satuan *ambience condition* akan meningkatkan 0,373 *guest satisfaction*.

Selanjutnya untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel Y, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6 Koefisiensi Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 <sup>a</sup>	.773	.770	2.791
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.00, 2023.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0.73, artinya pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y adalah sebesar 73% sedangkan 27% dipengaruhi oleh faktor lain.

## 2. Pembahasan

### a. Public design

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa dari 300 responden diperoleh informasi bahwa penilaian variabel *public design* tergolong baik menggunakan penilaian skala master scale dengan nilai rata-rata 4.11 dari 5 skala. Selanjutnya pada indikator *comfort & image* tergolong baik dengan nilai rata-rata 4.21 dari 5 skala, pada indikator *access & linkage* tergolong baik dengan nilai rata-rata 4.08 dari 5 skala, pada indikator *use & activity* tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.36 dari 5 skala dan pada indikator *sociability* tergolong baik dengan nilai rata-rata 3.94 dari 5 skala. Artinya ialah penilaian tamu *meeting* tentang *public design* di Pangeran Beach Hotel Padang menyatakan baik.

Hal ini di dukung menurut Dong (2018), *public design* yaitu lobby merupakan titik komunikasi pertama antara tamu dan staf, membentuk persepsi awal tamu dan lobby hotel dianggap sebagai salah satu *servicescapes* yang paling penting untuk pengaruhnya dalam membentuk banyak yang pertama kesan tamu. Sebab, lobby terletak di tengah lokasi bangunan yang mewakili keseluruhan bangunan hotel. Naqsybandi dan Munir (2011) memfokuskan pada hubungan antara *servicescape* lobby hotel dan kesan lobby hotel.

### b. Room meeting design

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa dari 300 responden diperoleh informasi bahwa penilaian variabel *room meeting design* tergolong baik menggunakan penilaian skala master scale dengan nilai rata-rata 4.26 dari 5 skala. Selanjutnya pada

indikator model tergolong baik dengan nilai rata-rata 4.29 dari 5 skala, pada indikator gaya yang menarik tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.38 dari 5 skala, pada indikator variasi tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.35 dari 5 skala dan pada indikator up to date tergolong baik dengan nilai rata-rata 4.08 dari 5 skala. artinya ialah penilaian tamu *meeting* tentang *room meeting design* di pangeran *Beach* hotel padang menyatakan baik.

Hal ini didukung menurut Priansa dan Garnida (2013:181) menyimpulkan bahwa “Rapat pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk pertemuan orang-orang dalam suatu organisasi, untuk membicarakan segala permasalahan yang terjadi, sehingga organisasi mampu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Walaupun hanya ruang rapat, perlu juga adanya kenyamanan saat mengadakan *meeting* terutama design ruangan *meeting* tersebut. Desain adalah pembangunan fisik yang dihadapi manusia mempertimbangkan aspek kreatifitas, nilai-nilai inovasi, nilai-nilai ekonomi, kemajuan teknologi nilai-nilai estetika, sosial, lingkungan dan nilai-nilai moralitas pada kurun waktu tertentu yang memberikan perbaikan, perubahandan peningkatan kualitas hidup manusia (Malik, 2016). Oleh karena itu, Agar *meeting room* menjadi nyaman bagi pengguna, penting juga untuk menyediakan fasilitas pendukung dan desain ruangan yang sesuai.

#### c. *Ambience condition*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa dari 300 responden diperoleh informasi bahwa penilaian variabel *ambience condition* tergolong baik menggunakan penilaian skala master scale dengan nilai rata-rata 4.26 dari 5 skala. Selanjutnya pada indikator music tergolong baik dengan nilai rata-rata 4.20 dari 5 skala, pada indikator pencahayaan tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.23 dari 5 skala, pada indikator desain interior dan eksterior tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.31 dari 5 skala dan pada indikator suhu ruangan tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.30 dari 5 skala. Artinya ialah penilaian tamu *meeting* tentang *ambience condition* di Pangeran *Beach* Hotel Padang menyatakan baik.

*Ambient condition* merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima indera. Tanpa disadari Ambient conditions dapat mempengaruhi emosional, persepsi dan juga perilaku seseorang. Kondisi sekitar juga akan menghasilkan dan menimbulkan suasana hati dari seorang konsumen terhadap apa yang dirasakannya (Lovelock, Wirtz dan Mussry, 2010).

#### d. *Guest Satisfaction*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa dari 300 responden diperoleh informasi bahwa penilaian variabel *public design* tergolong sangat baik menggunakan

penilaian skala master scale dengan nilai rata-rata 4.40 dari 5 skala. Selanjutnya pada indikator tercapainya harapan tamu tergolong baik dengan nilai rata-rata 4.25 dari 5 skala, pada indikator terpenuhinya kebutuhan tamu tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.44 dari 5 skala, pada indikator tercapainya keinginan tamu tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.49 dari 5 skala, pada indikator keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.34 dari 5 skala dan pada indikator keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa kepada orang lain tergolong sangat baik dengan nilai rata-rata 4.50 dari 5 skala. Artinya ialah penilaian tamu terhadap variabel kepuasan tamu secara keseluruhan berada pada kategori baik.

Hal ini di dukung menurut Rusydi (2017:25), *guest satisfcation* atau kepuasan tamu adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yan dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen.

e. Pengaruh *Public design* Terhadap *Guest Satisfcation* di Pangeran *Beach* Hotel Padang

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara *public design* (X1) terhadap *guest satisfcation* (Y) di Pangeran *Beach* Hotel Padang dengan bantuan SPSS 25.00, nilai koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar 0.502 dengan nilai signifikansi 0,00, Artinya setiap peningkatan 1 satuan *public design* akan meningkatkan 0.502 *guest satisfcation*. Maka variabel *public design* secara signifikan berpengaruh terhadap *guest satisfcation*. (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa *public design* merupakan aspek penting dalam membentuk kepuasan tamu *meeting* di Pangeran *Beach* Hotel Padang.

Penelitian ini sejalan dengan Peneliti Choi, H., & Kandampully, J. (2019) yang berjudul “*The effect of atmosphere on customer engagement in upscale hotels: An application of S-O-R paradigm*” membuktikan bahwa peran desain ruangan bisa sama pentingnya atau bahkan lebih penting dari pada desain publik dalam hal memperoleh kepuasan pelanggan.

f. Pengaruh *Room meeting design* Terhadap *Guest Satisfcation* di Pangeran *Beach* Hotel Padang

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara *room meeting design* (X2) terhadap *guest satisfcation* (Y) di Pangeran *Beach* Hotel Padang dengan bantuan SPSS 25.00, nilai koefisien regresi untuk variabel X2 sebesar 0.337 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , setiap peningkatan 1 satuan *room meeting design* akan meningkatkan 0,377 *guest satisfcation*.

*Room meeting design* yaitu ruangan yang diperuntukkan untuk pelaksanaan agenda seperti rapat, pertemuan formal, diskusi, pelatihan, dan sejenisnya. Agar *meeting room*

menjadi nyaman bagi pengguna serta memenuhi kepuasan tamu, penting juga untuk menyediakan fasilitas pendukung dan desain ruangan yang sesuai.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratama, J. A., & Pasaribu, P. (2020) yang berjudul pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu di function room hotel the Axana Padang, menyatakan bahwa kepuasan tamu yang pernah dan sedang menggunakan function room di yang didapat dari indikator menunjukkan kategori sangat baik. , artinya bila *servicescape* dari function room sesuai dengan yang diharapkan oleh tamu, maka tamu yang pernah dan sedang menggunakan function room akan memberi penilaian yang baik terhadap *servicescape* function room tersebut. Jika *servicescape* disediakan melebihi yang diharapkan oleh tamu, maka *servicescape* tersebut dipersepsi ideal. Sebaliknya, jika *servicescape* yang disediakan buruk dibandingkan dengan yang diharapkan oleh tamu, maka *servicescape* tersebut dipersepsi buruk. Oleh sebab itu baik atau buruknya penilaian dari tamu terhadap *servicescape* yang disediakan tersebut tergantung kepada penyedia jasa dalam memenuhi harapan tamu.

g. Pengaruh *Ambience condition* Terhadap *Guest Satisfcation* di Pangeran Beach Hotel Padang

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara *ambience condition* (X3) terhadap *guest satisfcation* (Y) di Pangeran Beach Hotel Padang dengan bantuan SPSS 25.00, nilai koefisien regresi untuk variabel X3 sebesar 0.373 dengan nilai signifikan 0,000, setiap peningkatan 1 satuan *ambience condition* akan meningkatkan 0,373 *guest satisfcation*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ali dkk. (2016), pelanggan cenderung demikian lebih puas bila suasananya sesuai dengan ekspektasi mereka terhadap hal tersebut tingkat hotel. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan pengaruh suasana yang ditemukan di hotel mewah terhadap kepuasan pelanggan. Serta Penciptaan suasana yang menarik dengan berbagai dekorasi dan memperhatikan rasa nyaman tamunya agar dapat berlama-lama ditempat tersebut mampu menimbulkan perasaan puas pada tamu, seperti studi dilakukan oleh (Atsnawiyah et al., 2022; Effendy et al., 2019; Randy Yudi Mamase & Octaviani, 2020; Santika et al., 2017; Utomo & Maskur, 2022) menyatakan suasana ada pengaruh yang positif terhadap kepuasan tamu.

h. Pengaruh *Public design*, *Room meeting design* Dan *Ambience condition* Terhadap *Guest Satisfcation* Dalam Kegiatan *Meeting* di Pangeran Beach Hotel Padang

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang di gunakan untuk mengetahui pengaruh *public design*, *room meeting design* dan *ambience condition* terhadap *guest satisfcation* dalam

kegiatan *meeting* di Pangeran Beach Hotel Padang yang di lakukan dengan bantuan SPSS 25.00. Diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 335.038 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y berpengaruh signifikan. Berarti Hipotesis H1 hingga H4 diterima, X1, X2 dan X3, secara bersamaan untuk variabel X1 sebesar 0.502 dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ , variabel X2 sebesar 0.337 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . variabel X3 sebesar 0.373 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya setiap peningkatan 1 satuan *public design* akan meningkatkan 0.502 guest satisfaction, setiap peningkatan 1 satuan *room meeting design* akan meningkatkan 0,377 guest satisfaction dan setiap peningkatan 1 satuan *ambience condition* akan meningkatkan 0,373 guest satisfaction. Kemudian di peroleh nilai R Square sebesar 0.73, artinya pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y adalah sebesar 73% sedangkan 27% dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi dapat di simpulkan pada penelitian ini adalah  $H_0$  di terima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penelitian yang masih ada telah membuktikan bahwa tiga faktor (sosial, desain, dan suasana) berinteraksi secara simultan untuk memberikan pengaruh positif kepuasan pelanggan. Semakin estetik desain suasananya (faktor desain), semakin puas pelanggannya adalah. Jadi, ketika perusahaan memenuhi harapan pelanggan mereka sehubungan dengan suasana hotel, kepuasan mereka meningkat (Bitner, 1992; Zeithaml dan Berry, 1993; Zeithaml dan Bitner, 1996).

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di lakukan sebelumnya, maka dapat di simpulkan hasil penelitian mengenai pengaruh *public design*, *room meeting design* dan *ambience condition* berpengaruh signifikan terhadap guest satisfaction dalam kegiatan *meeting* di Pangeran Beach Hotel Padang yang menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y berpengaruh signifikan dengan nilai F hitung adalah sebesar 335.038 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis H1 hingga H4 di terima. Variabel *public design* termasuk dalam kategori baik yang menggunakan skala master scale dengan nilai rata-rata 4,11 dari 5 skala. *Room meeting design* termasuk dalam kategori baik yang menggunakan skala master scale dengan nilai rata-rata 4,26 dari 5 skala, *ambience condition* termasuk kategori baik yang menggunakan skala master scale dengan nilai rata-rata 4,26 dari 5 skala dan *guest satisfaction* termasuk kategori sangat baik yang menggunakan skala master scale dengan nilai rata-rata 4,40 dari 5 skala. Kemudian diperoleh nilai R Square sebesar 0.73, artinya pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y adalah sebesar 73% sedangkan 27% dipengaruhi oleh faktor lain dan diharapkan kepada pihak manajemen

Pangeran *Beach* Hotel Padang mampu meningkatkan baik kualitas maupun fasilitas *meeting room* dan di harapkan dapat mendengarkan, memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu, misalnya petugas hotel selalu check *meeting room* dan *standby* pada setiap *event meeting* guna meminimalisir masalah yang terjadi. Hal ini di karenakan Hotel Pangeran *Beach* merupakan hotel yang banyak di minati instansi, perusahaan maupun kedinasan. Oleh karena itu, pihak manajemen terus tetap meningkatkan pelayanan terutama kepada tamu yang menggunakan *meeting room*, memberikan apresiasi kepada tamu yang telah menggunakan *meeting room* agar tamu merasa dihargai, puas serta loyal terhadap produk/jasa dan tamu bersedia merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain.

### Daftar Rujukan

- Atsnawiyah, D., Mohamad Rizan, & Rahmi. (2022). The Influence of Cafe Atmosphere and Food Quality on Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty of Masalalu Café Rawa Domba Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 113–138. <https://doi.org/10.21009/jdmb.05.1.6>.
- Dong, J. (2018). Study on the Formal Beauty of Plants in Interior Design. *International Conference on Advances in Social Sciences and Sustainable Development*, Atlantis Press, <https://doi.org/10.2991/asssd-18.2018.82>.
- Choi, H., & Kandampully, J. (2019). The effect of atmosphere on customer engagement in upscale hotels: An application of SOR paradigm. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 40-50.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (D. A. Halim (ed.); 3rd ed.). Salemba Empat.
- Lumentut, F.L., & Palandeng, I.D. (2014). Fasilitas, *Servicescape*, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado. *Journal EMBA*. 2(3), 126-136.
- Lovelock, C. Wirtz, J. dan Jacky, M. 2010. *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nanu, L., Ali, F., Berezina, K. & Cobanoglu, C. (2020). The Effect of Hotel *Lobby* Design on Booking Intentions: An Intergenerational Examination, *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102530.
- Naqshbandi, M and Munir, R. (2011). Atmospheric Elements and Personality: Impacts on Hotel Lobby Impressions. *World Applied Science Journal*, 15, 785-795.
- Pratama, J. A., & Pasaribu, P. (2020). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Di Function *Room* Hotel The Axana Padang. *JURNAL PENDIDIKAN DAN KELUARGA*, 11(02), 109-116.
- Panjaitan dan Yulianti. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada JNE Cabang Bandung. *Derema (Development Research of Management) Jurnal Management*. 11(2):265. DOI: 10.19166/derema.v11i2.197

- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2013 Standar Usaha Hotel. 27 September 2013. Lembaran Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1186. Jakarta.
- Sembiring, V. A., Taviprawati, E., & Darsiah, A. (2020). Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di Homestay Desa Cipasung Kuningan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25 (1): 26-39.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutiarso, M. A. (2018). *Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan Melalui Ekowisata*. OSFPREPRINTS.
- Wisnu., Indarwanto, M. (2017). Evaluasi Sistem Pencahayaan Alami dan Buatan Pada Ruang Kerja Kantor Kelurahan Paninggilan Utara, Ciledug, Tangerang. *Jurnal Arsitektur, bangunan, & Lingkungan*. Vol. 7. No. 1.