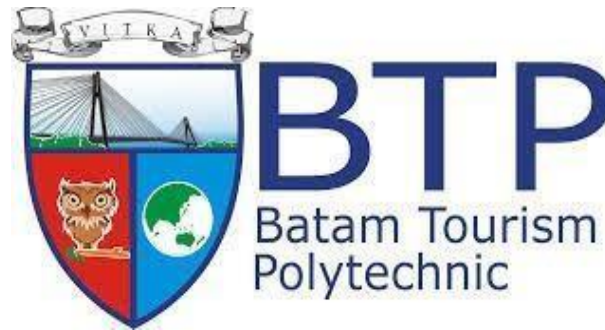


**LAPORAN KEGIATAN
PENELITIAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI DOSEN**



**JUDUL
PENGARUH DESAIN INTERIOR TERHADAP MINAT PENGUNJUNG DI
MARRIOTT HOTEL HARBOUR BAY KOTA BATAM**

**PENELITI
DAILAMI, S.PD.I., M.PD.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

TAHUN 2023

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL PENELITIAN

Jenis Penelitian : Penelitian Pengembangan Kompetensi Dosen
Judul Penelitian : Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung Di Marriott Hotel Harbour Bay Kota Batam

Ketua Kegiatan

Nama Lengkap : Dailami, S.Pd.I., M.Pd.
NIDN : 1005038002
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : Magister Tata Hidangan
Nomor HP : 081270222771
Alamat surel e-mail : dailami@btp.ac.id

Anggota 1

Nama Lengkap : Moh. Thandzir
NIDN : 1021078002
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : Manajemen Tata Hidangan
Nomor HP : 081266021555
Alamat e-mail : thandzir@btp.ac.id

Biaya yang diusulkan : Rp. 2.000.000

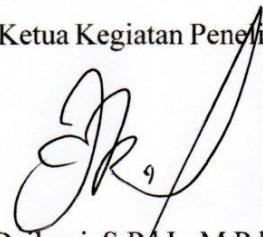
Batam, 04 Februari 2023

Mengetahui
Ketua Program Studi



Dewi Aurora Mikasari, SS, MM
NIDN: 1007098304

Ketua Kegiatan Penelitian



Dailami, S.Pd.I., M.Pd.
NIDN: 1005038002

Menyetujui
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat



Dr. Agung Edy Wibowo, SE., M.Si
NIDN: 1005067004

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
 BAB III METODE PENELITIAN	
Metode Penelitian.....	6
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil dan Pembahasan.....	9
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	16
5.2 Saran.....	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan potensi pariwisata yang beragam dan memiliki suku bangsa yang berbeda-beda, namun tetap menjadi salah satu cara untuk membangun dan mengembangkan industri pariwisata. Bagi Indonesia, industri pariwisata merupakan peluang besar dan bukan hal yang biasa. Pariwisata telah menjadi industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek masa depan yang sangat baik untuk pembangunan negara. Kunjungan wisman dari tahun ke tahun juga semakin meningkat.

Sisi lain pariwisata hendaknya dilihat dari sudut pandangan negara penerima wisatawan. Didalam konteks ini pariwisata hendaknya dipandang sebagai suatu industri yang turut memberi andil dalam pembangunan sosial ekonomi, baik negara itu sudah maju atau sedang berkembang(Isdarmanto, 2017)

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang makin stabil, para investor kian tertarik untuk berinvestasi pada industri perhotelan. Para investor menilai bahwa industri perhotelan adalah salah satu bisnis yang menjanjikan, karena merupakan salah satu industri yang selalu berkembang. Setiap tahun pertumbuhan industri perhotelan meningkat sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat diantara para pelaku industri perhotelan. Salah satu konsep yang tengah diminati investor adalah Marriott hotel, yaitu jenis hotel bintang empat atau lima yang memberikan layanan sesuai yang diperlukan oleh pemakai, sehingga tidak perlu membayar lebih apa yang tidak mereka perlukan saat berada di dalam hotel (Carolina, 2013). Marriott hotel dibangun dengan fasilitas dan layanan setara dengan hotel berkelas namun dengan harga yang sedemikian murah di dibandingkan dengan hotel serkelas lainnya. Hotel ini pada umumnya meminimalkan fasilitas lain, seperti ballroom, kolam renang, restoran, pusat kebugaran dan lain lain, sehingga tidak membutuhkan biaya perawatan tinggi yang biasanya dibebankan kepada pemakai hotel dalam tarif kamar (Tranghanda, 2013). Industri perhotelan, khususnya Marriott hotel, merupakan industri yang tetap menguntungkan dan tidak terpengaruh dengan pasang-surutnya kondisi perekonomian di negara berkembang yang merupakan tujuan wisata, seperti Indonesia (Mahendra, 2016)

Beberapa tahun terakhir, industri Marriott hotel di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini merujuk pada cepatnya pasar Indonesia menyerap tren

yang muncul pada industri perhotelan (Tangkilisan, 2014). Pertumbuhan industri hotel didominasi oleh kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta dan kota-kota besar di Kalimantan, sebagai dampak dari pertumbuhan pariwisata dan perekonomian di kota-kota besar yang semakin meningkat. (Mahendra, 2016)

Kota Batam sendiri merupakan salah satu kota yang memiliki posisi yang strategis yaitu berada dilintasan kapal yang padat di dunia yaitu selat Malaka dan Singapura. Letak Kota Batam yang sangat strategis dengan negara tetangga yaitu Malaysia dan Singapura ini juga menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan industri pariwisata yang ada didalamnya melalui kunjungan wisatawan asing.

Hotel dan juga restaurant sekarang sudah menjadi salah satu unsur didalam pariwisata dimana pengunjung akan menghabiskan waktu bersantai mereka untuk singgah di hotel dan restaurant sambil menikmati suasana, serta konsep yang disajikan.

Persaingan di industri makanan dan minuman juga semakin ketat. Hal ini memungkinkan para pebisnis untuk saling bersaing dan membuat konsep bisnis menjadi lebih inovatif dan unik. Ini akan membedakan konsep para pelaku usaha mereka dari produk lain dengan tujuan untuk menarik konsumen.

Seiring berjalannya waktu, bisnis perhotelan menjadi bisnis yang menjanjikan di era modern ini. Banyak orang menggunakan hotel tidak hanya sebagai tempat tidur, tetapi juga sebagai tempat pertemuan dan tempat rapat kerja. Hal ini terlihat dari gaya hidup masyarakat masa kini yang cenderung menikmati tatap muka, santai dan ngobrol. Sudah menjadi kebiasaan masyarakat untuk bersosialisasi, dan manusia membutuhkan sarana untuk mencapai keinginannya. Oleh karena itu keberadaan hotel bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu kemungkinan berkumpul. Banyaknya hotel baru menjadi semakin kreatif bagi pemilik untuk membuat desain yang berbeda dari hotel yang sudah ada. Hal ini diperlukan untuk menarik perhatian pengunjung. Pada umumnya pemilik hotel terlebih dahulu melakukan riset berdasarkan tren pasar komunitas dan kebiasaan masyarakat. Dan juga orang pada umumnya menyukai hal-hal baru yang berbeda dari yang sebelumnya. (Rahayu, Di and Rampah, 2021)

Desain hotel yang kreatif akan menarik lebih banyak pengunjung. Pengunjung umumnya tertarik dengan situasi baru yang berbeda dari sebelumnya dengan desain yang menarik. Jika hotel didekorasi dan ditata dengan baik, dengan menggunakan tema tertentu akan membuat

pengunjung nyaman. Alasan pengunjung datang ke hotel selain untuk mengisi perut dengan makanan dan minuman, juga untuk bersantai dan menghabiskan waktu luang bersama keluarga, Teman dan rekan bisnis. Oleh karena itu, pemilik hotel harus mampu menawarkan kepada pengunjung desain yang menarik, desain yang baik, kesederhanaan yang natural, dan kemewahan.(Rahayu, Di and Rampah, 2021)

Pada dasarnya pengertian desain interior adalah proses penciptaan dan penyusunan elemen- elemen interior agar dapat menjadi suatu kesatuan yang saling berkaitan untuk dapat mencapai tujuan tertentu pada aspek estetis, kenyamanan dan keamanan ruangan.

Pengertian diatas diperkuat oleh pernyataan suptandar (1995: 11) bahwa desain interior adalah ilmu atau cara pengaturan ruangan,sehinnnga memenuhi persyaratan untuk memperoleh kenyamanan, kepuasan kebutuhan fisik dan spiritual serta keamanan bagi pemakainya tanpa mengabaikan faktor estetika.

Desain interior yang menjadi salah satu sub sektor ekonomi kreatif yang terus berkembang dan di akui menjadi salah satu ujung tombak dalam usaha peningkatan Sumber Daya Manusia (Kreatif) di indonesia. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) sebagai lembaga pemerintah Non Kementrian yang berada dibawah Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, telah memetakan sub sektor industri kreatif di Indonesia. Sub-sektor industri kreatif yang merupakan industri berbasis kreativitas di indonesia, sesuai pemetaan yang dilakukan oleh Departemen perdagangan Republik Indonesia berjumlah 16 dan desain interior termasuk didalamnya. Desain interior dimasukan ke kategori Desain, yaitu Sub Sektor Ekonomi Kreatif Nomor 5. BEKRAF menjabarkan pengertian Desain sebagai kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan (BEKRAF, 2015) ('RETAIL DESIGN : BUKU AJAR DESAIN INTERIOR RETAIL', no date)

Di batam sendiri memiliki banyak tempat makanan dan minuman yang menyajikan desain interior dan tata letak yang menarik salah satunya di Anchor Cafe & Roastery Batam. Dimana mereka menyuguhkan tempat nongkrong serta berkumpul baik bersama teman atau keluarga dengan suasana santai dan juga cozy. Keberadaan cafe ini sudah cukup lama berada di batam, dengan mengusung gaya country dan menciptakan konsep suasana Amerika di dalamnya. bangunannya juga menunjukkan gaya rumah. Amerika dengan suasana nyaman dan santai seperi berada di rumah.

Dari kesimpulan diatas penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung di Marriott Hotel Harbour Bay Kota Batam”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh desain interior terhadap minat pengunjung di Marriott Hotel Harbour Bay Kota Batam?

1.3 Tujuan Penulisan

Untuk menganalisis pengaruh desain interior terhadap minat pengunjung di Marriott Hotel Harbour Bay Kota Batam.

1.4 Manfaat Penulisan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis

- Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pariwisata dan perhotelan, khususnya terkait peran desain interior dalam memengaruhi perilaku konsumen.
- Menjadi referensi akademik bagi penelitian lanjutan yang mengkaji hubungan antara faktor estetika, kenyamanan ruang, dan minat kunjungan pada industri hospitality.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Memberikan masukan bagi manajemen Marriott Hotel Harbour Bay dalam merancang dan mengoptimalkan desain interior yang sesuai dengan preferensi pengunjung.
- Menjadi dasar pertimbangan bagi pengelola hotel lain di Kota Batam dalam meningkatkan daya tarik dan kepuasan tamu melalui aspek desain interior.
- Memberikan informasi bagi praktisi desain interior dan arsitektur mengenai pentingnya elemen estetika dan fungsionalitas ruang dalam mendukung keberhasilan bisnis perhotelan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Desain Interior

Desain interior merupakan seni dan ilmu dalam merancang ruang dalam bangunan agar lebih fungsional, estetis, dan nyaman bagi pengguna. Menurut Ching (2014), desain interior tidak hanya berhubungan dengan tata letak ruang, tetapi juga mencakup pemilihan warna, pencahayaan, material, dan elemen dekoratif yang mampu menciptakan suasana tertentu. Dalam konteks perhotelan, desain interior menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas layanan dan citra hotel.

2.1.2 Minat Pengunjung

Minat pengunjung adalah kecenderungan psikologis seseorang untuk melakukan kunjungan atau pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa minat konsumen terbentuk melalui persepsi, pengalaman, dan evaluasi terhadap suatu objek. Dalam industri perhotelan, minat pengunjung dapat dipengaruhi oleh faktor internal (motivasi, kebutuhan, preferensi) maupun eksternal (desain interior, pelayanan, harga, dan promosi).

2.1.3 Hubungan Desain Interior dengan Minat Pengunjung

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa desain interior memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengunjung. Elemen-elemen seperti pencahayaan, warna, tata ruang, dan dekorasi dapat menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan dan kepuasan tamu (Bitner, 1992). Desain interior yang menarik dan sesuai dengan identitas hotel mampu meningkatkan pengalaman tamu, sehingga mendorong minat untuk berkunjung kembali.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam menganalisis data yang diperoleh, sehingga data dalam bentuk angka dapat dilakukan pengolahan dengan metode statistik melalui program SPSS. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa atau hal-hal yang menarik yang diinginkan peneliti untuk diselidiki. Kelompok orang, peristiwa atau hal-hal yang menarik ini nantinya akan menjadi bahan untuk menarik kesimpulan dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini merujuk pada konsumen yang mengunjungi The Garden Pantai Indah Kapuk. Dari populasi yang sudah ada, peneliti mengambil sebagian untuk dijadikan sampel. Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota yang telah dipilih. Ukuran sampel dalam penelitian harus memiliki jumlah sampel minimum sepuluh kali jumlah pertanyaan yang dianalisis. Pada kuesioner penelitian ini terdapat 13 pertanyaan, dengan demikian minimum jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 130 responden (Sekaran dan (Sugiyono, 2013)).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling. Simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Teknik simple random sampling memungkinkan setiap unit sampling sebagai unsur populasi memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel. Penulis menggunakan teknik simple random sampling karena yang menjadi populasi dalam penelitian ini tidak terlalu besar. Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa metode, yaitu: (Sugiyono, 2013)

1. Kuesioner (questionnaire)

Kuesioner merupakan sebuah pengumpulan data dengan menggunakan sebuah pertanyaan yang sudah tersusun dan nanti hasil jawaban responden tersebut merupakan hasil dari wawancara.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menggambarkan sebuah individu secara sistematis dan non sistematis.

3. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan untuk mendapatkan data-data sekunder. Pada penelitian ini, tinjauan pustaka dilakukan menggunakan sumber buku, jurnal dan lain-lain.

Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif. Untuk mengukur variabel diatas digunakan skala likert sebanyak enam tingkat sebagai berikut:

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = NT (Nertal)

4 = S (Setuju)

5= SS (Sangat Setuju).

Metode Analisis Data Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji tentang seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji bagaimana instrumen pengukuran secara konsisten mengukur apapun konsep yang sedang diukur

Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier adalah teknik multivariant yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Poin awal dari analisis regresi berganda, tentu saja adalah model konseptual yang sudah dibuat oleh peneliti pada tahap sebelumnya dari proses penelitian. Analisis regresi linier memberikan mean penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat: koefisien regresi secara relatif menunjukkan pentingnya setiap variabel bebas dalam prediksi variabel terikat. Model persamaan regresi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X + e$$

Y = Minat pengunjung

a = Konstanta β_1 = Koefisien regresi

X = Desain interior

e = error

Uji t

Uji t dapat juga dilakukan dengan membandingkan hasil thitung dan ttabel dengan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis tersebut antara lain:

a. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\alpha > 5\%$. Hal tersebut berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau model regresi tidak signifikan

b. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $\alpha < 5\%$. Hal tersebut berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau model regresi signifikan

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal. Cara untuk menguji normalitas adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai Kolmogorov-Smirnov memiliki tingkat signifikan diatas $\alpha = 0,05$ berarti suatu variabel dikatakan berdistribusi normal (Sugiyono, 2013).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara independen. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai variance inflation factor (VIF) dengan kriteria sebagai berikut : (Sugiyono, 2013)

a) Jika nilai tolerance $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 , berarti tidak terjadi multikolinearitas

b) Jika nilai tolerance $< 0,1$ atau nilai VIF > 10 , berarti terjadi multikolinearitas

Analisis R-Square (R^2)

Nilai R-square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol (0) dan satu (1). Sementara itu R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Batam Marriott Hotel

Batam Marriott Hotel Harbour Bay berlokasi di Downtown Harbour Bay, Jalan Duyung, Sungai Jodoh, Kec. Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau. Berlokasi di kawasan hiburan dan bisnis dengan memiliki akses langsung ke Terminal Feri Internasional Harbour Bay yang menghubungkan negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Ini merupakan lokasi yang strategis bagi hotel untuk membantu membangkitkan kembali perekonomian di industri pariwisata pasca pandemi Covid-19 di Kota Batam. Hotel ini diresmikan pada 1 Oktober 2020 dan menjadi hotel bintang 5 pertama yang ada di kota Batam.



Gambar 3.1 Batam Marriott Hotel Harbour Bay Building's (Sumber dokumen perusahaan, 2023)

Batam Marriott Hotel adalah bagian dari Marriott International, hotel ini memposisikan dirinya sebagai merek classic premium dan telah dianggap sebagai salah satu hotel favorit bagi para wisatawan dan pebisnis. Target pasar dari hotel ini adalah The Inventive Class, dimana mereka ini merupakan para pebisnis yang bangga dengan pencapaian, berkeinginan untuk selalu memberi dampak bagi orang disekitarnya, melakukan perjalanan dengan percaya diri, dan menyukai pengakuan dari banyak orang. Hal ini selaras dengan desain yang menggunakan teknologi canggih dan layanan bintang lima yang ditawarkan oleh Batam Marriott Hotel Harbour Bay akan menjadi tempat beristirahat yang tepat bagi para The Inventive Class.

Meskipun hotel ini termasuk hotel yang relatif baru, perusahaan induknya, Marriott International, sudah sangat dikenal baik oleh publik di kancah nasional dan internasional. Sejarah dan reputasi dari merek ini sudah mengakar dalam industri perhotelan internasional. Didirikan oleh John Willard Marriott bersama dengan istrinya, Alice Marriot pada tahun 1927, mereka memulai perjalanan sejarahnya bukan sebagai bisnis hotel atau penginapan,

tetapi dimulai dari sebuah stan root beer kecil di Washington D.C.; Seiring berjalannya waktu, mereka memperluas bisnis dengan membuka usaha Food & Beverage lainnya disebut dengan Hot Shoppes yang terdaftar di pasar saham pada tahun 1953. Selanjutnya bisnis “Perhotelan” akhirnya muncul dalam sejarah Marriott pada tahun 1957, di mana sekali lagi, perusahaan ini memutuskan untuk memperluas jangkauan pasar mereka ke industri lainnya dengan membuka hotel pertama, Twin Bridges Motor Hotel di Arlington. Sejak itu, Marriott telah mengukuhkan dirinya sebagai jaringan perhotelan terbesar di dunia, dengan 30 merek yang dimiliki dan 7000+ properti yang dibangun di 132 negara.

Selama 61 tahun mengukir sejarahnya, membuat merek ini memiliki warisan inovasi terdepan di industri perhotelan. Marriott Hotels bangga menjadi merek unggulan Marriott International yang berkembang dengan sekitar 575 hotel tersebar di beberapa belahan dunia. Di Indonesia sendiri, Marriott Yogyakarta merupakan properti Marriott Hotel pertama dan Batam Marriott Hotel Harbour Bay merupakan properti kedua yang berdiri hingga saat ini.



Gambar 2.2 Logo Batam Marriott Hotel Harbour Bay

(Sumber dokumen perusahaan, 2023)

Memiliki total 30 powerful brand yang tersebar di berbagai macam negara menjadikan brand ini sebagai ‘The Largest Hospitality in The World’. Konsep besar dari merek Marriott International ini adalah ‘Inspiring Brilliance: Leave Inspired’ dengan brand tagline ‘Let Your Mind Travel’. Melalui konsep besar dan brand tagline-nya, hotel ini menjanjikan para tamu pengalaman yang menakjubkan selama berada di pulau Batam melalui pelayanan dan produk yang berkualitas.

4.2 Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia responden, dan jumlah kunjungan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 5. Hasil Pengujian Minat Pengunjung			
Indikator	r hitung (Corrected Item Total Correlation)	r tabel	Keterangan
MP1	0,895	0,172	Valid
MP2	0,925	0,172	Valid
MP3	0,941	0,172	Valid
MP4	0,813	0,172	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa responden pada penelitian mayoritas berjenis kelamin perempuan berjumlah 104 orang (80%) dan sisanya 26 orang atau (20%) adalah laki-laki.

Tabel 2. Usia Responden		
Keterangan	Jumlah (orang)	%
<20 tahun	8	6,2%
20-30 tahun	52	40%
30-40 tahun	11	8,5%
>40 tahun	59	45,4%
TOTAL:	130	100%

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang berusia <20 tahun berjumlah 8 orang (6,2%), yang berusia 20-30 tahun berjumlah 52 orang. (40%), dan yang berusia antara 30-40 tahun ada 11 orang (8.5%) serta yang berusia >40 tahun berjumlah 59 orang (45,4%).

Keterangan	Jumlah (orang)	%
Laki-laki	26	20%
Perempuan	104	80%
TOTAL:	130	100%

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden menjawab jumlah kunjungan 1-2 kali ada 111 orang (85,4%), dan yang menjawab 3-4 kali ada 19 orang (14,6%).

2. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dapat digunakan

untuk mengukur apa yang ingin diukur. Untuk pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Pengujian pertama untuk uji validitas dilakukan untuk menguji variabel Desain interior:

Tabel 4. Hasil Pengujian Desain Interior			
Indikator	r (Corrected Item Total Correlation)	r hitung r tabel	Keterangan
DI1	0,774	0,172	Valid
DI2	0,824	0,172	Valid
DI3	0,811	0,172	Valid
DI4	0,787	0,172	Valid
DI5	0,822	0,172	Valid
DI6	0,825	0,172	Valid
DI7	0,779	0,172	Valid
DI8	0,793	0,172	Valid
DI9	0,773	0,172	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Dilihat dari tabel 4.4.diketahui bahwa nilai r hitung $>$ r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel Desain interior ini dapat dikatakan valid. Kemudian berikutnya adalah hasil pengujian validitas untuk variabel Minat Pengunjung:

Tabel 3. Jumlah Kunjungan Responden		
Jumlah Kunjungan	Jumlah (Orang)	%
1-2 kali	111	85,4%
3-4 kali	19	14,6%
Total	130	100%

Sumber : Data diolah (2023)

Dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai r hitung $>$ r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel minat pengunjung adalah valid. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil dari kuesioner ini dapat dipercaya atau reliabel. Berikut ini adalah hasilnya:

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Penelitian		
Pertanyaan	Cronbach Alpha	Keterangan
Desain Interior	0,949	Reliabel
Minat Pengunjung	0,956	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Dilihat dari table 6. Dapat diketahui bahwa untuk masing-masing variabel pada

penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar dari pada 0,6 sehingga dikatakan reliabel

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,817 ^a	,668	1,12462

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa R Square sebesar 0,665 yang artinya variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen sebesar 66,5% dan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa R Square sebesar 0,665 yang artinya variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen sebesar 66,5% dan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

3. Uji Normalitas

Tabel 8. Hasil Pengujian Normalitas				
			Unstand ardized Residual	
N			130	
Normal Parameters ^{ab}				
Mean			,0165957	
Std. Deviation			1,3764893	
			5	
Most Differences	Extreme	Absolute	,065	
		Positive	,065	
		Negative	-,048	
Test Statistic			,065	
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 ^{cd}	

Sumber : Data diolah (2023)

Dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. untuk unstandardized residual Komogorov Smirnov pada penelitian ini adalah $0,200 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan data pada penelitian ini normal. Artinya distribusi data pada penelitian ini normal.

4. Uji Multikolinearitas

Sedangkan untuk hasil pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat pada angka VIF dan Tolerance, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	DesainInterior	1,000	1,000

Sumber : Data diolah (2023)

Dilihat dari tabel 9, nilai untuk Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 . Jadi dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini bebas dari multikolinearitas. Artinya tidak ada korelasi antara variabel independen pada penelitian ini.

5. Uji t

Tabel 10. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,069	1,050			1,971	,061
Desain Interior	,440	,027	0,817		16,031	,000

Sumber : Data diolah (2023)

Hipotesis pada penelitian ini adalah desain interior berpengaruh terhadap minat pengunjung. Berdasarkan pada tabel tersebut diperoleh nilai t- hitung 16.031 > t-tabel (1.96) untuk variabel desain interior. Artinya desain interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung. Jadi hipotesis diterima. Berdasarkan pada tabel tersebut diperoleh nilai signifikansi t untuk variabel desain interior sebesar 0,000 yang nilainya < 0,05 dengan nilai koefisien 0,440. Artinya desain interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung. Jadi hipotesis pertama diterima. Desain interior adalah perencanaan tentang layout dan desain di dalam ruangan dan bertujuan untuk membuat manusia pemakai aktivitas ruangan dapat beraktivitas dalam ruangan tersebut secara nyaman dan efektif. Minat pengunjung didefinisikan sebagai ketertarikan seseorang konsumen terhadap suatu produk/jasa dan mengunjungi lokasi untuk menginap Kembali di Marriott Hotel Harbour bay Kota Batam.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara desain interior terhadap minat pengunjung Marriott Hotel Harbour bay Kota Batam. Artinya semakin baik desain interior dimata konsumen akan meningkatkan minat pengunjung dalam mengunjungi Marriott Hotel Harbour bay Kota Batam.

5.2 Saran

Sebagai saran, pihak manajemen Marriott Hotel Harbour Bay Kota Batam perlu terus memperhatikan dan mengoptimalkan desain interior sebagai salah satu faktor penting dalam meningkatkan minat pengunjung. Upaya ini dapat dilakukan melalui pemilihan konsep desain yang sesuai dengan identitas hotel, penggunaan elemen estetika yang modern namun tetap nyaman, serta penyesuaian tata ruang yang mendukung pengalaman tamu secara menyeluruh. Selain itu, evaluasi berkala terhadap kepuasan pengunjung terkait aspek interior perlu dilakukan agar hotel mampu menyesuaikan desain dengan tren dan kebutuhan pasar, sehingga dapat mempertahankan daya tarik, meningkatkan loyalitas tamu, dan memperkuat citra hotel sebagai destinasi akomodasi premium di Kota Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Isdarmanto (2017) Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata, Perpus.Univpancasila.Ac.Id.
- Mahendra, K.A.S. (2016) 'Pengaruh Desain Interior Terhadap ketertarikan pemakai dalam memilih budget hotel di surabaya', Tesis, pp. 1–141.
- Rahayu, P.C., Di, R. and Rampah, S.E.I. (2021) 'Terhadap Peningkatan Pengunjung Study Kasus', 3(1), pp. 38–43.
- 'RETAIL DESIGN : BUKU AJAR DESAIN INTERIOR RETAIL' (no date).
- Sugiyono, D. (2013) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung: Alfabeta,

