

PENGARUH DESAIN INTERIOR RESTORAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI RESTORAN SUTOMO CAFÉ PADA PUTRA MULIA HOTEL

Olga Theolina Sitorus
Politeknik Mandiri Bina Prestasi
Penulis Korespondensi: olgateolina@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui desain interior di restoran sutomo cafe, kepuasan tamu dan pengaruh desain interior restoran terhadap kepuasan tamu di restoran sutomo cafe pada Hotel Putra Mulia. Beberapa metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif, skala likert dan pengujian validitas instrument. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh desain interior restoran terhadap kepuasan tamu di restoran Sutomo Café pada Putra Mulia Hotel adalah tinggi (kolerasi tinggi), dimana desain interior restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa desain interior restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di restoran Sutomo Café pada Hotel Putra Mulia dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa desain interior restoran di restoran Sutomo Café pada Putra Mulia Hotel masih kurang baik. Hal ini terlihat dari hasil analisis, yaitu pengaturan meja dan tempat duduk yang sempit, dekorasi restoran yang monoton dan tidak menarik, pencahayaan restoran yang kurang memadai, banyak tamu yang memilih untuk tidak datang lagi berkunjung ke restoran Sutomo Café, dan sebagian tamu tidak bersedia untuk merekomendasikan restoran Sutomo Café.

Kata kunci : desain interior restoran, kepuasan tamu

Article Information :

Received Date : 3 November 2022

Revised Date : 4 November 2022

Accepted Date : 6 November 2022

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh orang dari suatu tempat ke tempat lainnya dalam tujuan untuk bersenang senang, bisnis, pendidikan, kesehatan, agama, kecantikan, budaya, kuliner, kebiasaan hidup sehari-hari yang menyebabkan rasa ingin tahu seseorang untuk melihatnya serta menikmatinya. Kegiatan pariwisata memiliki beberapa faktor, adanya tempat tujuan pariwisata yang unik dan menarik serta fasilitas yang dapat mendukung dan memudahkan untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung salah satu fasilitas yang mendukung adalah perhotelan.

Namun pada saat kondisi Pandemi *Covid-19* yang melanda dunia saat ini mengakibatkan industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia menerima dampak yang sangat besar. Bisa dikatakan tiga tahun terakhir ini menjadi satu tantangan terbesar bagi para pelaku industri akomodasi wisata atau perhotelan di Indonesia, untuk dapat bertahan di tengah pandemik. Menurut data dari Buku Tren Pariwisata 2021, jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia pada bulan Februari 2020 menurun drastis, bahkan jumlahnya pun terus menurun hingga puncaknya terjadi di bulan April 2020, yang hanya ada 158 ribu wisatawan mancanegara datang ke Indonesia.

Salah satu faktor pendukung dalam industri pariwisata adalah hotel. Hotel adalah

suatu bentuk bangunan, atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyediaan makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya yang diperuntukkan bagi masyarakat umum, dan dikelola secara komersial untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada tamu. Hotel memiliki beberapa fasilitas pendukung salah satunya adalah restoran. Restoran adalah istilah umum yang digunakan untuk menyebut sebuah usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Restoran yang berkualitas dapat dilihat dari berbagai aspek salah satunya tata ruang yang menarik seperti pencahayaan, susunan meja, kursi, hiasan dan desain lainnya.

Tata ruang yang baik adalah hal yang sangat penting yang harus diterapkan oleh setiap restoran. Desain dan tata letak fasilitas restoran memiliki pengaruh yang besar kepada tamu dan juga karyawan yang bekerja di restoran tersebut. Dalam desain interior restoran terdapat beberapa indikator atau poin ideal yang perlu diperhatikan yaitu mabel atau perabotan, dekorasi, lantai, dinding, kebisingan, *celling*, ventilasi dan suhu, pencahayaan, fixture dan alat kelengkapan, pengaturan meja dan tempat duduk, dan sirkulasi Berikut ini disajikan hasil pra survei desain area restoran :

Tabel 1. Pra Survei Desain Interior Restoran Sutomo Café Putra Mulia Hotel

No	Pernyataan	Ya	Tdk	Jlh
1.	Dekorasi restoran kurang menarik	12	8	20
2.	Pencahayaan di restoran kurang terang	13	7	20
3.	Pengaturan meja dan tempat duduk yang sempit	14	6	20

Sumber : Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel pra survey desain interior restoran di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden lebih banyak yang menyatakan dekorasi restoran kurang menarik, pencahayaan di restoran yang kurang terang, serta pengaturan meja dan tempat duduk yang sempit. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Antonia ,2022:1762) yang menyatakan bahwa desain interior dan atmosfer berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penulis juga melihat bahwa ada beberapa faktor yang menimbulkan permasalahan seperti keadaan restoran yang terlalu monoton dimana dekorasi restoran kurang menarik yaitu tirai yang dipajang di depan restoran tidak pernah diganti atau dibersihkan, kursi-kursi rotannya yang tidak ditata dengan baik dan rapi, jarak meja dan kursi yang sangat sempit dan kecil, jarak antara masing-masing kursi terlalu sempit sehingga tamu seringkali merasa tidak nyaman saat sedang menikmati makanannya, pencahayaan yang kurang, sirkulasi atau rute jalan yang dilalui oleh pelayan dengan tamu sama.

Pada saat operasional makan malam penulis melihat tamu kesulitan dalam menduduki kursi yang ada karena jarak kursi antar meja yang satu dengan yang lainnya terlalu rapat, dan karena jarak antar kursi tamu sangat rapat sehingga membatasi pergerakan tamu yang ingin keluar dari meja menuju *buffet* untuk

menambah makanan tamu tersebut, sehingga menyebabkan tamu harus berkeliling terlebih dahulu untuk sampai ke *buffet*, dan hal ini juga membuat pramusaji bekerja tidak maksimal dan berpengaruh kepada operasional kerja sehingga tamu merasa kurang puas.

Tabel 2. Pra Survey Kepuasan Tamu Restoran Sutomo Café Putra Mulia Hotel

No.	Pernyataan	Ya	Tdk	Jlh
1.	Sesuai dengan harapan	5	15	20
2.	Akan kembali ke restoran	9	11	20
3.	Merekomendasikan restoran	7	13	20

Sumber : Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel pra survey kepuasan tamu di atas juga dapat dijelaskan bahwa jumlah responden yang menyatakan Sutomo *Cafe* tidak sesuai dengan harapan lebih mendominasi. Responden yang menyatakan tidak akan kembali lagi ke Restoran Sutomo *Café* juga lebih besar dibandingkan responden yang menyatakan akan kembali lagi ke restoran Sutomo *Café*. Demikian pula dengan jumlah responden yang menyatakan tidak akan merekomendasikan restoran Sutomo

Café lebih banyak daripada responden yang menyatakan akan merekomendasikan restoran Sutomo *Café*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Antonia, 2022:1763) bahwa desain interior berpengaruh lebih besar terhadap loyalitas pelanggan.

Berbagai penelitian mengenai pengaruh desain interior terhadap kepuasan tamu telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, seperti Tabel 3 berikut ini ;

Tabel 3. Review Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ria Arifianti (2016)	Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel	Penataan tata letak didasarkan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen ketika berbelanja. Selain daripada itu penempatan tata letak yang baik akan memberikan dampak dan meningkatkan daya saing.
2	Daimatun Nafiah (2016)	Penataan Ruang Kantor Dalam Menunjang Efektifitas Pekerjaan Kantor	Tata ruang kantor dan lingkungan kantor yang baik akan meningkatkan produktivitas kerjadan bermanfaat bagi perusahaan/organisasi.
3	Lynette Antonia (2022)	Pengaruh desain interior dan atmosfer restoran terhadap loyalitas pelanggan restoran Nilo Coffee and Croissant	Desain interior (X^1) dan Atmosfer (X^2) berpengaruh secara positif, simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

TINJAUAN PUSTAKA

Desain interior restoran merupakan suatu bentuk penataan ruang dalam restoran. Desain dan tata letak merupakan penentuan dan penyusunan perabot dan alat- alat pada tempat yang tepat dengan letak yang tepat serta pengaturan alur kerja yang dapat memberikan kepuasan bagi para pekerja serta pekerjaan dapat berjalan dengan lancar. Dodsworth (Antonia, 2022:1753) menyatakan bahwa desain interior bertujuan untuk membuat manusia sebagai pemakai ruang dapat beraktifitas dalam ruangan tersebut dengan efektif dan merasa nyaman. Lebih lanjut Baker (Antonia, 2022:1753) mendefinisikan bahwa

lingkungan yang menarik bagi konsumen memiliki komponen pencahayaan, suhu, faktor desain ruangan, dan faktor lingkungan sekitar.

Berdasarkan pernyataan (Tjiptono, 2008:7) bahwa secara garis besar tawaran produk bisa dikelompokkan menurut berbagai kriteria salah satunya adalah daya tahan *durability* atau berwujud tindaknya *tangibility* produk bersangkutan. Berdasarkan kriteria ini, produk bisa dibagikan menjadi tiga macam yakni ; (1) Barang tidak tahan lama (*non-durable goods*), barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau

beberapa kali pemakaian. Umur ekonomisnya maksimum satu tahun;

- (2) Barang tahan lama (*Durable Goods*), barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa tahan lama atau berumur ekonomis lebih dari satu tahun;
- (3) Jasa (*Service*), jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut (Nafiah, 2016: 3) "Tata ruang yang baik memungkinkan pemakaian ruang kerja secara efisien, yaitu suatu luas lantai tertentu dapat dipergunakan untuk keperluan yang sebanyak-banyaknya, dengan adanya penataan yang baik, hal ini akan mencegah penghamburan tenaga dan waktu para karyawan karena berjalan mondar-mandir yang sebenarnya tidak perlu, sehingga menjamin kelancaran proses pekerjaan yang bersangkutan". Demikian pula pernyataan Nuraida (Nafiah, 2016) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa tujuan dalam menyusun suatu ruangan yaitu ;

- (1) Memudahkan pengawasan;
- (2) Memudahkan arus komunikasi dan arus kerja;
- (3) Memberikan kepuasan dan kenyamanan kerja;
- (4) Menyediakan layanan yang dibutuhkan;
- (5) Memberikan rasa aman dan keleluasan pribadi;
- (6) Menjauhkan pekerjaan yang

menimbulkan bunyi keras dan gaduh;

- (7) Menciptakan citra dan kesan yang baik bagi para pelanggan.

Menurut pendapat Kotler (Atmoko, 2017) bahwa terdapat kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Demikian juga halnya dengan (Atmoko, 2017) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Demikian juga dengan Irawan (Atmoko, 2017) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Sedangkan menurut Rangkuti (Atmoko, 2017) bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktualnya yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara

persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Loverlock 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. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori atau aplikasi pemasaran. Kepuasan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang. Defenisi kepuasan pelanggan sangat bervariasi dan memberikan pengalaman yang lebih luas, misalnya Hasan (Novrianto,2016) menyatakan bahwa; (1) Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja actual yang

dirasakan setelah pemakaiannya; (2) Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan; (3) Kepuasan atau ketidakpuasan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Ketidaksesuaian menciptakan ketidakpuasan.

METODE PENELITIAN

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah tamu yang berkunjung ke restoran Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel Medan dan objek dalam penelitian ini adalah Desain Interior Restoran dan Kepuasan Tamu. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu sebanyak 420 orang yang berkunjung ke restoran sutomo *café*. Adapun metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan Metode *Slovin*. Hasil perhitungan dengan menggunakan metode Slovin diperoleh jumlah tamu yang diajukan sebagai sampel

penelitian sebanyak 81 orang tamu (responden). Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis

deskriptif, skala likert, dan uji validitas instrument.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. Hasil analisis secara keseluruhan tentang desain interior restoran Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel

No.	Sangat Tidak Setuju		Kurang Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
1	2	2,47	21	25,92	32	39,50	17	20,99	9	11,11
2	0	0	30	37,04	26	32,10	16	19,75	9	11,11
3	9	11,11	40	49,38	24	29,62	3	3,70	5	6,17
4	12	14,81	33	40,74	29	35,80	4	4,94	3	3,70
5	3	3,70	24	29,63	28	34,57	18	22,22	8	9,89
6	5	6,17	21	25,92	32	39,50	17	27,99	9	11,11
7	4	4,93	24	29,63	18	22,22	15	18,52	20	24,69
8	3	3,70	26	32,10	19	23,46	16	19,75	17	20,99
9	2	2,47	30	37,03	16	19,75	18	22,22	15	18,52
10	4	4,94	28	34,57	12	14,81	23	28,39	14	17,28
Rata-Rata %		5,43		34,19		29,13		18,85		13,46

Sumber : Olah Data (2022)

Berdasarkan hasil analisis dari Tabel 4 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 81 orang responden, tanggapan responden mengenai Desain Interior Restoran Sutomo *Café* yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13,46% yang menyatakan setuju sebanyak 18,85%, yang menyatakan netral sebanyak 29,13%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 34,19%, sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5,43%, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian banyak responden merasa kurang setuju

dengan desain interior restoran yang ada di restoran Sutomo *Café*

Dari sepuluh pernyataan yang diberikan kepada responden ada tiga pernyataan yang sama banyak, jumlah responden yang memilih kurang setuju yaitu pada pernyataan ketiga. Sedangkan 40 responden menyatakan kurang setuju tentang keleluasaan ruang gerak di restoran sangat baik. 33 responden kurang setuju pada pernyataan keempat tentang pencahayaan yang memadai di restoran Sutomo *Café*. Kemudian 30 responden kurang setuju pada

pernyataan kedua tentang dekorasi restoran yang sangat menarik.

Hal ini sesuai dengan pendapat Baker (Antonia, 2022:1753) mendefinisikan lingkungan yang menarik bagi konsumen memiliki komponen pencahayaan, suhu, faktor desain ruangan, dan faktor lingkungan sekitar. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Antonia (2022:1763) bahwa desain interior dan atmosfer

berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nafiah,2016) bahwa tata ruang dan lingkungan fisik kantor dapat menentukan bagaimana kualitas serta kuantitas hasil pekerjaan yang dilakukan. Dengan penataan ruang yang baik diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Tabel 5. Hasil analisis secara keseluruhan tentang kepuasan tamu di Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel

No	Sangat Tidak Setuju		Kurang Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
1	1	1,23	27	33,33	21	25,92	22	27,16	10	12,34
2	3	3,70	35	43,20	26	32,09	9	11,11	8	9,87
3	2	2,47	32	39,50	28	34,57	9	11,11	10	12,34
4	1	1,23	30	37,03	22	27,16	19	23,45	9	11,11
5	2	2,47	22	27,16	30	37,03	19	23,45	8	9,87
6	1	1,23	28	34,56	29	35,80	19	23,45	4	4,94
7	3	3,70	36	44,44	26	32,10	9	11,11	7	8,64
8	2	2,47	31	38,27	25	30,86	15	18,52	8	9,87
9	2	2,47	41	50,62	26	32,09	8	9,87	4	4,94
10	2	2,47	28	34,56	26	32,10	22	27,16	3	3,70
Rata-Rata %		2,34		38,27		31,97		18,64		8,76

Sumber : Olah Data (2022)

Berdasarkan hasil analisis dari Tabel 5 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 81 orang responden, tanggapan responden mengenai kepuasan tamu di restoran Sutomo *Café* yang menyatakan sangat setuju

sebanyak 8,76% yang menyatakan setuju sebanyak 18,64%, yang menyatakan netral sebanyak 31,97%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 38,27%, sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju

sebanyak 2,34%, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa kurang setuju atau kurang puas dengan restoran Sutomo *Café*. Dari kesepuluh pertanyaan yang diberikan kepada tamu jawaban yang paling banyak kurang setuju sebanyak 41 orang responden pada pernyataan yang kesembilan tentang restoran Sutomo *Café* sesuai dengan apa yang diharapkan, dan sebanyak 36 responden kurang setuju pada pernyataan yang ketujuh tentang rekomendasi kepada orang lain untuk datang ke restoran Sutomo *Café*, dan 35 responden kurang setuju akan pernyataan yang kedua tentang responden akan kembali lagi berkunjung ke restoran Sutomo *Café*

Hasil tanggapan dari keseluruhan responden sesuai dengan pendapat Irawan (Maulana,2016) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki beberapa faktor pendorong atau indikator sebagai berikut yaitu ; (1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk yang baik; (2) Harga, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi

jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik; (3) Kualitas jasa, pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan; (4) *Emotional factor*,kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas pada merek produk tertentu; (5) Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk dan jasa, kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Hasil Uji Correlations

	Desain Interior restoran	Kepuasan tamu
<i>Pearson correlation</i>	1	.688**
Desain Interior restoran Sig (2 – tailed)		.000
N	81	81
<i>Pearson Correlation</i>	.688**	1
Kepuasan Tamu Sig (2 – tailed)	.000	
N	81	81

Sumber : Olah Data (2022)

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji korelasi menunjukkan bahwa hasil r_{hitung} diperoleh r_{hitung} sebesar 0,688 sedangkan r_{tabel} 0,218 maka $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,688 > 0,218$) dapat disimpulkan bahwa hasil dari instrumen penelitian yang berjudul Pengaruh Desain Interior Restoran Terhadap Kepuasan Tamu di Restoran Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel adalah valid. Dari hasil r_{hitung} di atas juga dapat diketahui bahwa pengaruh desain interior restoran terhadap kepuasan tamu di restoran Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel adalah tinggi.

Selanjutnya untuk mengetahui bahwa pengaruh desain interior restoran terhadap kepuasan tamu adalah signifikan digunakan rumus :

$$t_{hitungxy} = t_{hitung} = \frac{0,688\sqrt{81-2}}{\sqrt{1-(0,688)^2}} = \frac{0,688 \cdot 8,888}{1-0,473344} = \frac{6,144944}{0,526656} = 11,668$$

mencari t_{tabel} apabila signifikasi untuk $\phi = 0,05$ dan $dk = 81 - 2 = 79$, dengan uji dua pihak, maka diperoleh t_{tabel}

adalah 1,990. Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,668 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,990 berarti nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($11,668 > 1,990$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti pada perhitungan t_{tabel} desain interior restoran berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinan diperoleh $KD = 47,33\%$. Hal ini menunjukkan bahwa desain interior restoran memiliki pengaruh sebesar 47,33% terhadap kepuasan tamu dan selebihnya sebanyak 52,66% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti dalam penelitian. Dengan demikian hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa desain interior restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di restoran Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel Medan dapat diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Antonia,2022:1763) bahwa desain

interior dan atmosfer berpengaruh secara positif simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan hasil yang diperoleh oleh (Kusumasitta, 2014:174) bahwa fasilitas fisik seperti kondisi gedung, kenyamanan dan kebersihan ruangan

KESIMPULAN

Analisis tentang desain interior restoran di restoran Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel masih kurang baik hal ini terlihat dari hasil analisis yang penulis peroleh, dimana masih banyak kekurangan yang ada di Putra Mulia Hotel, yaitu pengaturan meja dan tempat duduk yang sempit, dekorasi restoran yang monoton dan tidak menarik, pencahayaan restoran yang kurang memadai. Sedangkan analisis tentang kepuasan tamu di restoran Sutomo *Café* pada Putra Mulia Hotel, masih kurang baik ini terlihat dari hasil analisis yang penulis dapatkan dimana menurut tanggapan responden restoran Sutomo *Café* tidak sesuai dengan harapan, tamu banyak yang memilih untuk tidak datang lagi berkunjung ke restoran Sutomo *Café*, dan tamu sebagian tidak bersedia untuk merekomendasikan restoran Sutomo *Café*.

(tangibles) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, artinya bahwa semakin baik bukti fisik yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung, demikian pula sebaliknya.

REFERENSI

- Arifianti, Ria. (2016). Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel. *AdBis preneur : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. 1(3).
- Atmoko, T.Prasetyo dan Hadi Atmoko. (2017). Peningkatan Higine Sanitasi Sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata dan Budaya*. 8 (1).
- Damayanti, Irma. (2020). Kegiatan Pengabdian Masyarakat : Pengembangan Destinasi Wisata Pertanian Sebagai Ekonomi Kreatif Masyarakat di Wilayah Kabupaten Bekasi. *Jurnal Abdimas Pelita Bangsa*. 1 (2)
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah. 7 (1). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa : Universitas Trisakti*. DOI : 10.25105/jmpj.v7i1.525
- Antonia, Lynette. (2022). Pengaruh Desain Interior Dan Atmosfer Restoran Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Nilo Coffee & Croissant. *Jurnal*

- Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis. 1 (7) 2022 : 1750-1765
- Maulana, Syarif Ade. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Toi. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta. 7 (2).
- Nafiah, Daimatun. (2016). Penataan Ruang Kantor Dalam Menunjang Efektifitas Pekerjaan Kantor. Efisiensi Kajian Ilmu Administrasi. XIV (1). DOI :<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v.14i1.16475>.
- Novrianto, Juang. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pemata (MI)di Pekan Baru. Jurnal Valuta : Jurnal Administrasi Bisnis, Manajemen dan Ekonomi. 2 (2).
- Nurlia. (2019). Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan. Meraja Journal. 2 (2). DOI : 10.33080/mrj.v2i2.38
- Panjaitan dan Yulianti. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. Derema (Development Research of Management) Jurnal Management. 11 (2) : 265. DOI : 10.19166/derema.v11i2.197
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Soekresno. (2001). *Manajemen Food and Beverage Service Hotel*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman. JIP : Jurnal Inovasi Penelitian. 1(10). DOI : 10.47492/jip.v1i10.422.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung : CV.Alfabeta.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta : CV. Andi Offset