

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Tampubolon, Tiwi Sastra

2025

Pengaruh Layanan Responsivitas, Desain Interior Dan Media Pemasaran Terhadap Kepuasan Tamu Pada Purnama Balige Hotel Dan Resto Di Kota Balige

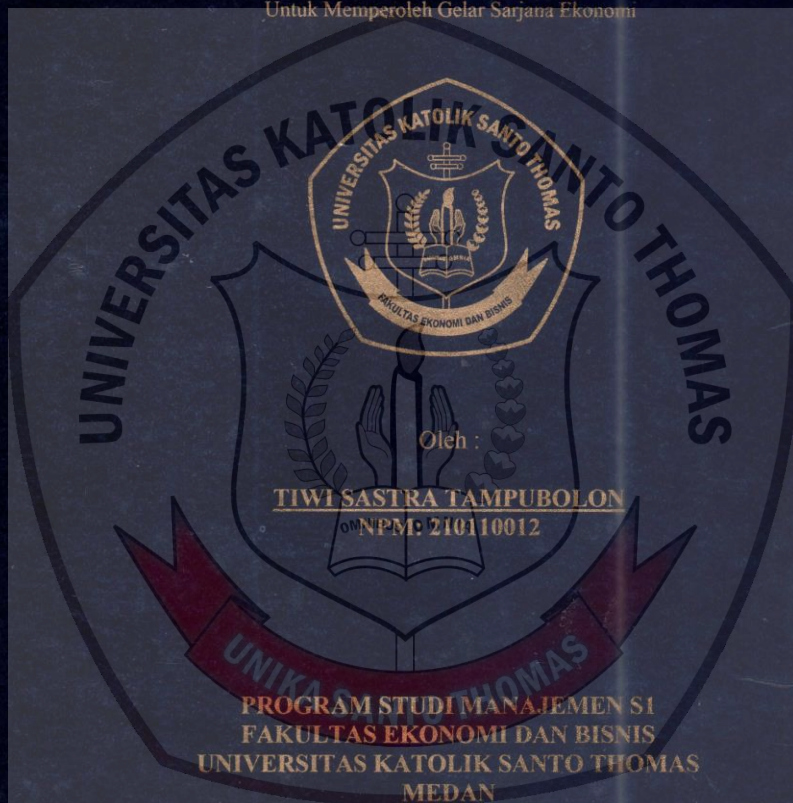
<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/874>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH LAYANAN *RESPONSIVITAS*, DESAIN INTERIOR,
DAN MEDIA PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN TAMU
PADA PURNAMA BALIGE HOTEL DAN RESTO
DI KOTA BALIGE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

TIWI SASTRA TAMPUBOLON

NPM: 210110012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN**

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH LAYANAN *RESPONSIVITAS*, DESAIN INTERIOR,
DAN MEDIA PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN TAMU
PADA PURNAMA BALIGE HOTEL DAN RESTO
DI KOTA BALIGE

TIWI SASTRA TAMPUBOLON

NPM: 210110012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Medan, 07 November 2025

Disahkan oleh
Ketua Program Studi

Dr. Miska Irani B. Tarigan, S.Sos., MM
NIDN : 0108108002

Disahkan Oleh
Pembimbing

Dr. Kornel Munthe
NIDN : 0130096702



PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH LAYANAN *RESPONSIVITAS*, DESAIN INTERIOR,
DAN MEDIA PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN TAMU
PADA PURNAMA BALIGE HOTEL DAN RESTO
DI KOTA BALIGE

TIWI SASTRA TAMPUBOLON

NPM: 210110012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Medan, 07 November 2025

SUSUNAN TIM PENGUJI

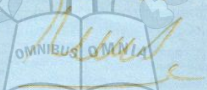
Penguji I


Pegun Simanihuruk, SE., M.Si
NIDN.0109016601

Penguji II


Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN.0128106501

Ketua Penguji


Dr. Kornel Munthe
NIDN : : 0130096702

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Kornel Munthe
NIDN : : 0130096702

Ketua Program Studi


Dr. Miska Irani B. Tarigan, S.Sos., M.M
NIDN : 010310860

ABSTRAK

TIWI SASTRA TAMPUBOLON, 210110012, 2025. “PENGARUH LAYANAN *RESPONSIVITAS*, DESAIN INTERIOR DAN MEDIA PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA PURNAMA BALIGE HOTEL DAN RESTO DI KOTA BALIGE”

Pembimbing : Dr. Kornel Munthe

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Layanan *Responsivitas*, Desain Interior dan Media Pemasaran terhadap Kepuasan Tamu pada Purnama Balige Hotel dan Resto di Kota balige. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, populasi tidak terbatas dengan menggunakan teknik lemeshow maka diperoleh sampel sebanyak 96 responden dan ditentukan dengan metode *accidental sampling*. Teknik Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabiitas, uji asumsi klasik dan hipotesis.

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda yakni $KT = 2,579 + 0,182LR + 0,298DI + 0,378MP + \epsilon$ artinya dalam uji t menunjukkan bahwa Layanan *Responsivitas* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Desain Interior berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Dan Media Pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Uji F menunjukkan bahwa Layanan *Responsivitas*, Desain Interior dan Media Pemasaran berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Purnama Balige di Kota Balige.

Nilai dari koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,870. Artinya variasi Kepuasan Tamu dapat dijelaskan oleh varian Layanan *Responsivitas* Desain Interior dan Media Pemasaran sebesar 75,7% sedangkan sisanya 24,3% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, citra merek, dan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Layanan Responsivitas, Desain Interior, Media Pemasaran, Kepuasan Tamu*

ABSTRAC

TIWI SASTRA TAMPUBOLON, 210110012, 2025. "THE INFLUENCE OF RESPONSIVENESS SERVICES, INTERIOR DESIGN, AND MARKETING MEDIA ON GUEST SATISFACTION AT PURNAMA BALIGE HOTEL AND RESTO IN BALIGE CITY"

Supervisor: Dr. Kornel Munthe

This study aims to determine and explain the influence of responsive service, interior design, and marketing media on guest satisfaction at the Purnama Balige Hotel and Restaurant in Balige City. Data collection was conducted through interviews, questionnaires, and documentation studies. The research method used was quantitative, with an unlimited population and the Lemeshow technique, resulting in a sample of 96 respondents determined by accidental sampling. The analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis. Validity and reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis testing were first conducted.

The results obtained a multiple linear regression equation: $KT = 2.579 + 0.182LR + 0.298DI + 0.378MP + \epsilon$. This means that the t-test indicates that responsive service has a positive and significant effect on guest satisfaction. Interior design has a positive and significant effect on guest satisfaction. Marketing media has a positive and significant effect on guest satisfaction. The F-test shows that responsive service, interior design, and marketing media simultaneously have a significant effect on guest satisfaction at Purnama Balige in Balige City.

The coefficient of determination (R-square) is 0.870. This means that 75.7% of the variation in guest satisfaction can be explained by the variance in responsive service, interior design, and marketing media, while the remaining 24.3% is influenced by other variables such as price, brand image, and other factors not examined in this study.

Keywords: responsiveness services, interior design, marketing media, guest satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga di dalam kasih dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Layanan *Responsivitas*, Desain Interior dan Media Pemasaran Terhadap Kepuasan Tamu Pada Purnama Balige Hotel dan Resto di Kota Balige” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maidin Gultom SH, M, Hum selaku rektor Universitas Katolik Santo Thomas.
2. Bapak Dr. Kornel Munthe, SE., M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas sekaligus Dosen Pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu serta memberikan dukungan selama penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Miska Irani Br. Tarigan, S.Sos., M. Si, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.
4. Ibu Esli Silalahi, SE., M. Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

5. Bapak Peran Simanihuruk, SE, M.Si selaku dosen penguji pertama saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dra. Roslinda Sagala, MSi selaku dosen penguji kedua saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas yang telah memberikan pengetahuan dan Pendidikan penulis.
8. Purnama Balige Hotel dan Resto yang telah memberikan banyak informasi yang dibutuhkan penulis dan kesedian Manajer & seluruh karyawan dalam membantu penuli untuk melengkapi penelitian ini.
9. Kepada kedua orang tua tercinta. Bapak Mardongan Tampubolon banyak hal menyakitkan yang saya lalui tanpa peran Bapak, babak belur dihajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan. Rasa iri yang sering kali membuat saya terjatuh. Namun, itu semua tidak mengurangi rasa terima kasih atas kehidupan yang telah Bapak berikan. Almarhumah Mama tercinta, Rumondang Siahaan, meski telah meninggalkan dunia ini sejak penulis lahir, kasih dan cinta Mama tetap hadir dalam hidupku melalui cerita, kenangan, dan doa yang diteruskan oleh keluarga. Kehadiran Ibu terasa dalam setiap langkahku, menjadi pengingat tentang nilai kebaikan dan keberanian yang membantuku belajar, bertahan, dan menyelesaikan pendidikan ini, meski Mama tidak berada di sisik penulis secara nyata.
10. Teristimewa untuk Bou Dollar Tampubolon, duniaku dan hidupku. Beliau menjadi sosok Mama yang menggantikan kasih sayang yang tak sempat

penulis rasakan sejak lahir. Beliau adalah sosok Mama yang sangat luar biasa. Segala pencapaian penulis merupakan ungkapan rasa terimakasih dan cinta yang mendalam kepada Bou.

11. Saya mengucapkan Terimah kasih kepada saudara penulis, Fitri, Sotaradi, Osin, dan Junita Tampubolon atas kasih sayang, perhatian, dan doa yang selalu menyertai setiap langkah hidup penulis. Kehadiran kalian senantiasa memberi semangat, menjadi teman berbagi cerita dan tawa, serta sumber kekuatan di saat penulis merasa lelah.

12. Kepada sepupu penulis, Tumpal, dan Agus Sibarani, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan, perhatian, dan semangat yang senantiasa diberikan. Ketiganya telah menjadi sosok abang yang selalu hadir untuk menemani, memahami keadaan, serta memberikan dorongan di saat penulis menghadapi berbagai tantangan. Secara khusus, penulis menyampaikan terimakasih kepada Tumpal atas segala dukungan yang telah meringankan beban selama menempuh pendidikan.

13. Kepada ponakan-ponakan tercinta, Firman Pasaribu, Frederick Pasaribu, Stiven Sibarani dan Ello Sibarani, penulis menyampaikan rasa bahagia atas keceriaan dan senyum kalian yang selalu membawa kebahagiaan di rumah. Kehadiran kalian yang polos dan penuh tawa menjadi sumber kebahagiaan tersendiri bagi penulis.

14. Seluruh teman-teman Kelas Manajemen 21A atas kebersamaan dan dukungan selama masa perkuliahan.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih atas perhatian dari berbagai pihak yang mendukung penulisan skripsi ini, dan

semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya untuk menambah wawasan.

Medan, Oktober 2025
Penulis

TIWI SASTRA TAMPUBOLON
NPM: 210110012



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2 Tujuan dan Fungsi Pemasaran	16
2.2.1 Tujuan Pemasaran.....	16
2.2.2 Fungsi Pemasaran.....	18
2.3 Konsep Pemasaran	19
2.4 Pemasaran Jasa.....	22
2.4.1 Pengertian Pemasaran Jasa	22
2.4.2 Karakteristik Jasa.....	23
2.5 Layanan <i>Responsivitas</i> (Daya Tanggap).....	26
2.5.1 Pengertian Layanan <i>Reponsivitas</i> (Daya Tanggap).....	26
2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Layanan <i>Responsivitas</i>	27
2.5.3 Indikator Layanan <i>Responsivitas</i> (Daya tanggap)	30
2.6 Desain Interior	32
2.6.1 Pengertian Desain Interior	32
2.6.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Desain Interior	33
2.6.3 Indikator Desain interior.....	35
2.7 Media Pemasaran	38
2.7.1 Pengertian Media Pemasaran.....	38

2.7.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Media Pemasaran.....	39
2.7.3 Jenis-jenis Media Pemasaran.....	43
2.7.5 Indikator Media Pemasaran.....	45
2.8 Kepuasan Tamu	48
2.8.1 Pengertian Kepuasan Tamu.....	48
2.8.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Tamu.....	50
2.8.3 Indikator Kepuasan Tamu	52
2.9 Kerangka Berpikir.....	55
2.9.1 Pengaruh Layanan <i>Responsivitas</i> Terhadap Kepuasan Tamu	56
2.9.2. Pengaruh Desain interior Terhadap Kepuasan Tamu	56
2.9.3 Pengaruh Media Pemasaran Terhadap Kepuasan Tamu	57
2.10 Hipotesis.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Ruang Lingkup	59
3.2 Populasi dan Sampel.....	59
3.2.1 Populasi	59
3.2.2 Sampel	59
3.3 Operasional Variabel.....	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5 Teknik Analisa Data	64
3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	64
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	65
3.5.3 Analisis Regresi linear Berganda	67
3.5.4 Uji Hipotesis	68
3.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Gambaran Umum Purnama Balige Hotel dan Resto	72
4.2 Sejarah Umum Purnama balige Hotel dan Resto	72
4.1.2 Visi dan Misi Purnama Balige Hotel dan Resto	73
4.1.3 Struktur Organisasi Purnama Balige Hotel dan Resto.....	74
4.3 Tanggapan Responden.....	77
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Layanan <i>Responsivitas</i>	77

4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Desain Interior	79
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Media Pemasaran.....	82
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Tamu	84
4.4 Hasil Penelitian.....	86
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial	86
4.4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan	91
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.5.1 Uji Normalitas.....	92
4.5.2 Uji Multikolinieritas	94
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	95
4.5.4 Uji Autokolerasi	96
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	96
4.7 Hasil Hipotesis.....	97
4.7.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	97
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	98
4.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	99
4.9 Pembahasan	100
4.9.1 Pengaruh Layanan <i>Responsivitas</i> Terhadap Kepuasan Tamu pada Purnama Balige Hotel dan Resto di Kota Balige	100
4.9.1 Pengaruh Desain Interior Terhadap Kepuasan Tamu pada Purnama Balige Hotel dan Resto di Kota Balige	101
4.9.3 Pengaruh Media Pemasaran Terhadap Kepuasan Tamu pada Purnama Balige Hotel dan Resto di Kota Balige	102
4.9.4 Pengaruh Layanan <i>Responsivitas</i> , Desain Interior dan Media Pemasaran terhadap Kepuasan Tamu pada Purnama Balige Hotel dan Resto di Kota Balige.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran	
DAFTAR PUSTAKA.....	108

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grönroos, C. (2015). *Service Management and Marketing*. Dalam Tjiptono, F. (Ed.), *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kartajaya, H. (2010). *New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Tjipto, D. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Wardani, E. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang: Universitas Negeri Malang Press.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.

Jurnal

Anissa. (2022). Pengaruh Media Sosial, E-WOM, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 101–110.

Arifbrahin, A., Rahmawati, L., & Siregar, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan Patria Plaza Hotel Blitar. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12(1), 55–64.

Haikal, M. A., & Sukma, P. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Customer Experience dan Brand Awareness terhadap Kepuasan Menginap (Studi Kasus pada Tamu Ayana Hotel MidPlaza Jakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45–56.

Hartanto, B., Lestari, M., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Desain Interior, Desain Eksterior, dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada Café Butterfly Poso. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 6(1), 77–85.

Hata, R., Saputra, F., & Kurniawan, D. (2022). Pengaruh Media Online dan Media Offline terhadap Keputusan dan Kepuasan Pelanggan Hotel di Makassar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 112–120.

Mukti, R., Kusumawati, A., & Nugroho, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Merapi Merbabu Hotel Yogyakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 45–53.

Olga. (2022). Pengaruh Desain Interior Restoran terhadap Kepuasan Tamu di Restoran Sutomo Café pada Putra Mulia Hotel. *Jurnal Desain Interior dan Arsitektur*, 5(2), 89–97.

Putri, D. A., & Rustini, R. (2023). Pengaruh Daya Tanggap Staf Hotel terhadap Kepuasan Tamu Karantina di Hotel Best Western Plus Kemayoran. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 4(3), 134–142.

Widya, N., & Nurcahya, I. M. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 66–74.

Yulianda, R., Sari, D. P., & Wulandari, F. (2021). Pengaruh Desain Interior, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Dapoer Yuga Café and Resto Kayu Arang, Sukaraja). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 9(2), 55–63.

