



TESIS - DA185401

# PENGARUH ARSITEKTUR BIOKLIMATIK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN HOTEL BINTANG 4

Studi Kasus: Hotel Novotel Suite Surabaya

TRI WAHYU DIANA  
NRP 081118 500 8000 2

Dosen Pembimbing  
Ir. Purwanita Setijanti, M.Sc., Ph.D.  
Sarah Cahyadini, ST, M.T, Ph.D.

Departemen Arsitektur  
Fakultas Teknik Sipil Perencanaan dan Kebumihan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2020





TESIS - DA185401

# **PENGARUH ARSITEKTUR BIOKLIMATIK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN HOTEL BINTANG 4**

**Studi Kasus: Hotel Novotel Suite Surabaya**

**TRI WAHYU DIANA**  
**NRP 081118 500 8000 2**

**Dosen Pembimbing**  
**Ir. Purwanita Setijanti, M.Sc., Ph.D.**  
**Sarah Cahyadini, ST, M.T, Ph.D.**

**Departemen Arsitektur**  
**Fakultas Teknik Sipil Perencanaan dan Kebumihan**  
**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**  
**2020**





**THESIS - DA185401**

# **THE EFFECT OF BIOCLIMATIC ARCHITECTURE DESIGN ON CONSUMER PREFERENCES OF 4 STAR HOTEL**

**Case Study: Hotel Novotel Suite Surabaya**

**TRI WAHYU DIANA  
NRP 081118 500 8000 2**

**Supervisor  
Ir. Purwanita Setijanti, M.Sc., Ph.D.  
Sarah Cahyadini, ST, M.T, Ph.D.**

**Department of Architecture  
Faculty of Civil, Planning, and Geo Engineering  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2020**



# LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
**Magister Arsitektur (M.Ars.)**

di  
**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

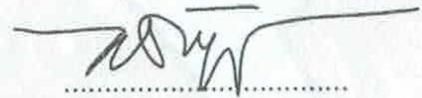
Oleh:

**TRI WAHYU DIANA**  
**NRP: 08111850080002**

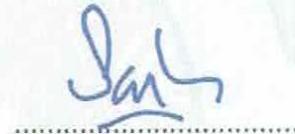
Tanggal Ujian: 22 Juni 2020  
Periode Wisuda: September 2020

Disetujui oleh:  
**Pembimbing:**

1. Ir. Purwanita Setijanti, M.Sc., Ph.D.  
NIP: 19590427 198503 2 001

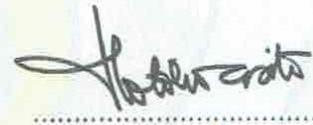


2. Sarah Cahyadi, S.T., M.T., Ph.D.  
NIP: 19800523 200812 2 003

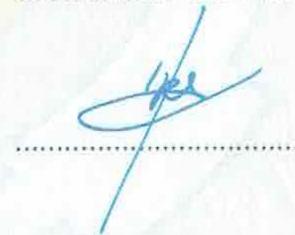


**Penguji:**

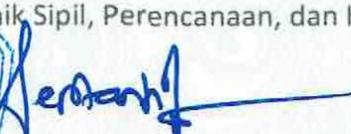
1. Prof. Dr. Ir. V. Totok Noerwasito, M.T.  
NIP: 19551201 198103 1 003



2. Dr. Arina Hayati, S.T., M.T.  
NIP: 19790705 200812 2 002



Kepala Departemen Arsitektur  
Teknik Sipil, Perencanaan, dan Kebumihan

  
Dr. Dewi Septanti, S.Pd., S.T., M.T.  
NIP: 19690907 1997022 001



## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Mahasiswa : Tri Wahyu Diana

NRP Mahasiswa : 08111850080002

Departemen : Arsitektur

Program Pendidikan : Magister

Dengan ini saya menyatakan, bahwa isi sebagian maupun keseluruhan tesis saya dengan judul:

### **“PENGARUH KONSEP ARSITEKTUR BIOKLIMATIK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN HOTEL BINTANG 4”**

Adalah benar-benar hasil karya intelektual mandiri, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diizinkan dan bukan merupakan karya pihak lain yang saya akui sebagai karya sendiri.

Semua referensi yang dikutip, maupun dirujuk telah ditulis secara lengkap pada daftar pustaka.

Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima saksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surabaya, 22 juli 2020

Yang membuat pernyataan



**TRI WAHYU DIANA**

NRP: 08111850080002

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

# PENGARUH ARSITEKTUR BIOKLIMATIK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN HOTEL BINTANG 4

Nama Mahasiswa : Tri Wahyu Diana  
NRP : 08111850080002  
Pembimbing : Ir. Purwanita Setijanti, M.Sc., Ph.D.  
Co-Pembimbing : Sarah Cahyadini, ST, M.T, Ph.D.

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan industri memberikan kontribusi dalam memajukan kehidupan manusia menjadi lebih baik, namun dampak yang terjadi adalah peningkatan konsumsi energi dan kerusakan lingkungan yang menghasilkan pemanasan global. Menurut *ASEAN Center for Energy*, di Asia, 48% pemanasan global dihasilkan oleh bangunan. Berbagai upaya dilakukan untuk menanggapi fenomena tersebut, diantaranya dengan menerapkan arsitektur berkelanjutan (arsitektur Bioklimatik). Sebuah konsep desain bangunan dan ruang berdasarkan iklim lokal, yang bertujuan memberikan kenyamanan termal dan visual. Sementara itu, kehadiran arsitektur dengan konsep rancang khusus yang dapat memberikan kepuasan atau pilihan (preferensi) bagi pengguna (konsumen untuk bangunan komersial) dapat dipakai sebagai sarana untuk meningkatkan nilai property tersebut. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsep Arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi konsumen bangunan komersial.

Surabaya, Kota terbesar kedua di Indonesia, mengalami perkembangan real properti yang sangat pesat, terutama pada sektor bangunan komersial, dan hotel adalah salah satu properti yang terbesar. Sebagai kasus, penelitian ini dilakukan pada sebuah hotel berbintang 4 yang sudah dikenal sebagai hotel bernuansa alam. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Paradigma *postpositivism*. Metodologi penelitian dengan strategi *combined strategy (case study and correlational)* dan teknik aplikasi *A-Two Phase Design*. Sedangkan untuk mengetahui faktor-faktor dari preferensi konsumen dan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik, serta hubungan antara preferensi konsumen dengan arsitektur Bioklimatik pada bangunan hotel dilakukan dengan strategi *correlational*. Sementara untuk melihat nilai pasar bangunan hotel yang menggunakan arsitektur Bioklimatik dan tidak, dilakukan dengan strategi *multiple case study*.

Penelitian ini menemukan bahwa Novotel Suite telah menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik dengan baik. Penerapan konsep arsitektur bioklimatik pada hotel mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih hotel. Terdapat enam faktor utama, yaitu faktor perbedaan individu, faktor proses psikologis, faktor bauran pemasaran, faktor pengaruh lingkungan, faktor kenyamanan, dan faktor proses pembelajaran. Tiga faktor lain yang memiliki korelasi tinggi, yaitu perbedaan individu, lingkungan, dan proses pembelajaran. Terbukti juga bahwa konsep arsitektur Bioklimatik mempengaruhi nilai pasar hotel Novotel Suite dalam peningkatan *occupancy rate*. Berdasarkan empat faktor penentuan harga kamar yang ditetapkan oleh *Revenue Manager* Novotel Suite, yaitu: *customer production*, *occupancy rate*, *competitor*, dan *force majeure*.

**Kata Kunci:** Arsitektur Bioklimatik, Hotel, Preferensi Konsumen, Nilai Pasar.

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

# **THE EFFECT OF BIOCLIMATIC ARCHITECTURE DESIGN ON CONSUMER PREFERENCES OF 4 STAR HOTEL**

By : Tri Wahyu Diana  
Student Identity Number : 08111850080002  
Supervisor : Ir. Purwanita Setijanti, M.Sc., Ph.D.  
Co-Supervisor : Sarah Cahyadi, ST, M.T, Ph.D.

## **ABSTRACT**

The development of technology and industry contributes in advancing human life for the better, however it increases energy and environmental damage which results in a global increase. According to the ASEAN Energy Center, in Asia, 48% of global warming is generated by buildings. Various attempts were made to overcome this phenomenon, approved by implementing sustainable architecture (Bioclimatic architecture). A locally-based building and space design concept, which offers thermal and visual comfort. Meanwhile, presenting architecture with special design concepts that can provide satisfaction or choices (preferences) for users (consumers for commercial buildings) can be used as a means to increase the value of the property. Therefore, this research aims to study the concept of Bioclimatic Architecture towards the consumer preferences of commercial buildings.

Surabaya, the second largest city in Indonesia, has experienced very rapid development of real property, especially in the commercial building sector, and hotels are one of the largest properties. As a case, this research was conducted at a 4-star hotel that is already known as a natural hotel. The paradigm used in this study is the postpositivism paradigm. Research methodology with a combined strategy strategy (case study and correlational) and A-Two Phase Design application techniques. Meanwhile, to find out the factors of consumer preferences and elements of Bioclimatic architecture, as well as the relationship between consumer preferences and Bioclimatic architecture in hotel buildings is done by correlational strategy. Meanwhile, to see the market value of hotel buildings that use Bioclimatic architecture or not, a multiple case study strategy is used.

This study found that the Novotel Suite has applied the concept of Bioclimatic architecture well. The application of the concept of bioclimatic architecture to hotels influences consumer preferences in choosing hotels. There are six main factors, namely individual differences factors, psychological process factors, marketing mix factors, environmental influence factors, comfort factors, and learning process factors. Three other factors have a high correlation, namely individual differences, the environment, and the learning process. It is also evident that the concept of Bioclimatic architecture influences the Novotel Suite market value in increasing occupancy rate. Based on the four factors determining the price of the room set by the Novotel Suite Revenue Manager, namely: customer production, occupancy rate, competitors, and force majeure.

**Keywords:** Bioclimatic Architecture, Hotels, Consumer Preference, Market Value.

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan Rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis yang berjudul “Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Hotel Bintang 4”. Tesis ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar S2 pada Program Pasca Sarjana Magister Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil Perancangan dan Kebumian Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Penulis berharap tesis ini menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca, khususnya mengenai arsitektur Real Estate. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulisan Tesis ini tidak dapat selesai dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang Mulia Kedua Orang Tua yang telah memberikan doa, semangat, yang tidak pernah lelah untuk mendukung selama masa studi berlangsung. Serta peluh dan keringat untuk membiayai studi ini.
2. Ibu Ir. Purwanita Setijanti, M.Sc., Ph.D. Selaku Pembimbing I atas bimbingan yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tesis.
3. Ibu Sarah Cahyadini, S.T, M.T, Ph.D. Selaku Pembimbing II atas bimbingan yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tesis.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Vincentius Totok Noerwarsito, M.T. Selaku Penguji I atas bimbingan baik itu masukan dan komentar yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tesis dengan lebih baik.
5. Ibu Dr. Arina Hayati, S.T, M.T. Selaku Penguji II atas bimbingan baik itu masukan dan komentar yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tesis dengan lebih baik.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng. selaku Rektor Institut Teknologi Sepuluh Nopember atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program

Studi Magister Teknik Arsitektur pada Fakultas Teknik Sipil Perancangan dan Kebumihan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

7. Bapak Prof. Dr. Ir. Adi Soeprijanto, M.T. selaku Wakil Rektor Institut Teknologi Sepuluh Nopember atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi Magister Teknik Arsitektur pada Fakultas Teknik Sipil Perancangan dan Kebumihan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
8. Ibu Dr. Ir. Murni Rachmawati, M.T. selaku Dekan Institut Teknologi Sepuluh Nopember atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi Magister Teknik Arsitektur pada Fakultas Teknik Sipil Perancangan dan Kebumihan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
9. Ibu Dr. Dewi Septanti, S. Pd, ST., MT, selaku Kepala Departemen Arsitektur, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
10. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Teknik Arsitektur pada Fakultas Teknik Sipil Perancangan dan Kebumihan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
11. Staff dan Karyawan Program Studi Magister Teknik Arsitektur pada Fakultas Teknik Sipil Perancangan dan Kebumihan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
12. Sahabat yang selalu membantu dalam bentuk fisik maupun non fisik, Rivaldi Ardiansyah yang selalu ada untuk memberikan pertolongan.
13. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2018 Program Studi Magister Teknik Arsitektur pada Fakultas Teknik Sipil Perancangan dan Kebumihan Institut Teknologi Sepuluh Nopember dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diperlukan. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan keilmuan kepada pembaca.

Surabaya, 22 Juli 2020

Penulis



Tri Wahyu Diana  
NRP: 08111850080002

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Defenisi Operasional .....	9
2.2 Kerangka Kajian Teoritis .....	10
2.3 Arsitektur Bioklimatik.....	12

2.4 Hotel.....	19
2.4.1 Klasifikasi & Jenis Hotel.....	19
2.4.2 Elemen-Elemen Hotel Bintang 4 .....	20
2.5 Preferensi Konsumen .....	20
5.2.1 Perspektif Pengambilan Keputusan .....	21
5.2.2 Perspektif Pengaruh Perilaku.....	22
5.2.3 Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan .....	22
2.6 Harga Pasar (Konsep dan Teori Dasar Nilai Properti).....	26
2.6.1 Hak atas tanah pada pemahaman properti.....	26
2.6.2 Real Property dan Real Estate .....	27
2.6.3 Nilai Pasar.....	27
2.6.4 Tingkat Hunian (Occupancy Rate) .....	28
2.7 Studi Terdahulu.....	28
2.8 Sintesa Kajian Pustaka .....	33
<b>BAB III.....</b>	<b>37</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Paradigma & Rancangan Penelitian.....	37
3.2 Strategi Penelitian .....	37
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	41
3.3.1 Variabel Kontrol .....	42
3.3.2 Variabel Bebas (Independence Variabel).....	42
3.3.3 Variabel Terikat (Dependent Variabel).....	42
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	47
3.5.1 Data Primer.....	47
3.5.2 Data sekunder .....	47

3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6.1 Observasi Lapangan .....	48
3.6.2 Kuisisioner .....	49
3.6.3 Wawancara ( <i>Interview</i> ) .....	50
3.7 Pengolahan dan Analisa Data .....	50
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	50
3.7.2 Statistik Inferensial .....	52
3.7.3 Analisis Deskriptif Kualitatif.....	55
3.8 Diskusi dan Pembahasan .....	55
3.9 Penarikan Kesimpulan.....	56
<b>BAB IV .....</b>	<b>59</b>
<b>PENERAPAN KONSEP ARSITEKTUR BIOKLIMATIK PADA</b>	
<b>NOVOTEL SUITE SURABAYA .....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Umum Studi Kasus .....	59
4.1.1 Lokasi Studi.....	59
4.1.2 Hotel Novotel Suite.....	61
4.2 Evaluasi Elemen-Elemen Arsitektur Hotel Bintang 4 Novotel Suite .....	66
4.2.1 Analisis Elemen-Elemen Arsitektur Hotel Bintang 4 Novotel Suite ....	66
4.2.2 Rekap Hasil Evaluasi Elemen-elemen Hotel Novotel Suite.....	78
4.3 Evaluasi Konsep Arsitektur Bioklimatik pada Hotel Novotel Suite.....	79
4.3.1 Analisis Konsep Arsitektur Bioklimatik pada Hotel Novotel Suite .....	79
4.3.2 Rekap Hasil Evaluasi Konsep Arsitektur Bioklimatik .....	92
<b>BAB V.....</b>	<b>95</b>
<b>ARSITEKTUR BIOKLIMATIK, PREFERENSI KONSUMEN DAN NILAI</b>	
<b>PASAR .....</b>	<b>95</b>

5.1 Pengaruh Konsep Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Terkait Keputusan Memilih Hotel Novotel.....	95
5.1.1 Analisis Data Responden.....	96
5.1.2 Analisis Data Penelitian Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen .....	97
5.1.3 Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Terkait Keputusan Untuk Menginap pada Hotel Novotel .....	121
5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Hubungan Antar Variabel Preferensi Konsumen Terkait Keputusan Menginap di Novotel .....	123
5.2.1 Analisis Data Penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Hubungan Antar Variabel Preferensi Konsumen .....	123
5.2.2 Rekap Hasil dan Pembahasan Analisa Faktor .....	142
5.3 Harga Pasar Hotel Novotel.....	146
5.3.1 Hotel Novotel Suite.....	147
5.3.2 Hotel Novotel Samator.....	151
5.3.3 Rekap Hasil Analisis Harga Pasar .....	154
<b>BAB VI.....</b>	<b>157</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>157</b>
6.1 Kesimpulan.....	157
6.2 Saran.....	158
6.2.1 Kelebihan.....	158
6.2.2 Keterbatasan: .....	159
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>161</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>165</b>
<b>BIOGRAFI PENULIS .....</b>	<b>245</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Diagram Kerangka Pemikiran .....	7
Gambar 2.1 Diagram Kerangka Kajian Teoritis .....	10
Gambar 2.2 Penempatan Core .....	13
Gambar 2.3 Menentukan Orientasi.....	14
Gambar 2.4 Penempatan Buka-an Jendela .....	14
Gambar 2.5 Penggunaan Balkon .....	15
Gambar 2.6 Ruang Transisi .....	16
Gambar 2.7 Desain pada Dinding.....	16
Gambar 2.8 Hubungan Terhadap Landskape.....	17
Gambar 2.9 Alat Pembayang Masif .....	17
Gambar 2.10 Penyekat Panas Pada Lantai.....	18
Gambar 2.11 Penyekat Panas Pada Lantai terhadap Panas Matahari.....	18
Gambar 2.12 Diagram Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya .....	25
Gambar 2.13 <i>Dictionary of Real Estate Terms</i> .....	26
Gambar 2.14 <i>Bundle of Rights</i> .....	27
Gambar 3.1 Diagram Langkah-Langkah Untuk Memperoleh Data .....	41
Gambar 3.2 Peta Lokasi Hotel Novotel Suite Surabaya .....	44
Gambar 3.3 Peta Lokasi Hotel Samator East.....	46
Gambar 3.4 Diagram Kartesius Mean-Standar Deviasi .....	51
Gambar 3.5 Diagram Skema Penelitian .....	57
Gambar 4.1 Peta Surabaya .....	60
Gambar 4.2 Peta Pembagian Wilayah Kota Surabaya .....	60
Gambar 4.3 Peta RDTR Kecamatan Wonokromo.....	61
Gambar 4.4 Site Plan.....	62
Gambar 4.5 Denah Bangunan Tiga Lantai.....	62

Gambar 4.6 Tampak Bangunan Tiga Lantai.....	63
Gambar 4.7 Denah Bangunan 10 Lantai .....	63
Gambar 4.8 Tampak Bangunan 10 Lantai .....	64
Gambar 4.9 View Panorama Area Depan .....	65
Gambar 4.10 Tampak Depan .....	65
Gambar 4.11 Reword Hotel Novotel.....	66
Gambar 4.12 Penempatan Core pada Sisi Bagian Timur.....	81
Gambar 4.13 Orientasi Bangunan Hotel .....	81
Gambar 4.13 Orientasi Bangunan Hotel .....	82
Gambar 4.14 Posisi Bukaan Jendela .....	82
Gambar 4.15 Bukaan pada Area Lobby .....	83
Gambar 4.16 Bukaan pada Area Kamar.....	83
Gambar 4.17 Bukaan pada Area Kamar Bangunan Belakang .....	84
Gambar 4.18 Penggunaan Balkon .....	84
Gambar 4.19 Penggunaan Balkon .....	85
Gambar 4.20 Ruang Transisi pada Novotel.....	86
Gambar 4.21 Desain Pelindung Sinar Matahari pada Bangunan .....	87
Gambar 4.22 Tanaman Rambat pada Ruang Transisi & Area Depan Kamar .....	88
Gambar 4.23 Tanaman Rambat pada Koridor dan Balkon .....	88
Gambar 4.24 Tanaman yang ada pada Area Kolam & b di Depan Kamar .....	89
Gambar 4.25 Bukaan Cross Ventilation.....	90
Gambar 4.26 Bukaan Cross Ventilation pada Façade Bangunan dan Transisi .....	90
Gambar 4.27 Sisi Bangunan yang Terpapar Matahari Langsung pada Bangunan Depan.....	91
Gambar 4.28 Sisi Bangunan yang Terpapar Matahari Langsung pada Bangunan Belakang.....	92
Gambar 5.1 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Budaya.....	98
Gambar 5.2 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Kelas Sosial ....	100
Gambar 5.3 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Keluarga .....	101
Gambar 5.4 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Situasi .....	102
Gambar 5.5 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Motivasi.....	104

Gambar 5.6 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Pengetahuan....	105
Gambar 5.7 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Sikap.....	106
Gambar 5.8 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Kepribadian ....	108
Gambar 5.9 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Gaya Hidup.....	109
Gambar 5.10 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Demografi.....	111
Gambar 5.11 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Pengelolaan Informasi .....	112
Gambar 5.12 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Pembelajaran	114
Gambar 5.13 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Perubahan Sikap & Perilaku .....	115
Gambar 5.14 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Produk .....	117
Gambar 5.15 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Harga .....	118
Gambar 5.16 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Promosi.....	120
Gambar 5.17 Histogram Data Responden Berdasarkan Variabel Distribusi .....	121
Gambar 5.18 Diagram Kartesius Mean-Standar Deviasi.....	127

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen & Faktor Yang Mempengaruhi.....	25
Tabel 2.2 Studi Terdahulu.....	30
Tabel 2.3 Sintesa Kajian Teori.....	34
Tabel 3.1 Hotel Terdekat dari <i>City Center</i> (Pusat Bisnis) .....	45
Tabel 3.2 Kebutuhan Data Primer .....	47
Tabel 3.3 Kebutuhan Data Sekunder.....	48
Tabel 4.1 Hasil Analisis Elemen-Elemen Hotel Bintang 4.....	66
Tabel 4.2 Rekap Hasil Evaluasi Unsur Produk Hotel Bintang 4 dan Elemen Arsitektur Bioklimatik .....	93
Tabel 5.1 Hasil Analisis Component Transformation Matrix .....	97
Tabel 5.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Budaya.....	98
Tabel 5.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kelas Sosial.....	99
Tabel 5.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keluarga.....	100
Tabel 5.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Situasi .....	102
Tabel 5.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Motivasi .....	103
Tabel 5.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pengetahuan .....	104
Tabel 5.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Sikap .....	106
Tabel 5.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kepribadian.....	107
Tabel 5.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Gaya Hidup .....	108
Tabel 5.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif Demografi .....	110
Tabel 5.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pengelolaan Informasi .....	111
Tabel 5.13 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pembelajaran.....	113
Tabel 5.14 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	115
Tabel 5.15 Hasil Uji Statistik Deskriptif Produk.....	116
Tabel 5.16 Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	117
Tabel 5.17 Hasil Uji Statistik Deskriptif Promosi .....	119

Tabel 5.18 Hasil Uji Statistik Deskriptif Distribusi.....	120
Tabel 5.19 Rekap Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen.....	122
Tabel 5.20 Hasil Uji Beda Mean dan Standar Deviasi .....	124
Tabel 5.21 Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Mean .....	125
Tabel 5.22 Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Standar Deviasi .....	126
Tabel 5.23 Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Mean dan Standar Deviasi .....	128
Tabel 5.24 Kode Sub Variabel .....	130
Tabel 5.25 Data Uji Validitas Variabel.....	131
Tabel 5.26 Data Uji Reliabilitas Masing-Masing Kelompok Variabel .....	132
Tabel 5.27 Hasil Analisis KMO and Bartlett's Test.....	133
Tabel 5.28 Hasil Analisis Anti-Image Matrices .....	134
Tabel 5.29 Hasil Analisis Anti-Image Matrices Setelah di Reduksi .....	134
Tabel 5.30 Hasil Analisis Communalities.....	135
Tabel 5.31 Hasil Analisis Total Variance Explained.....	137
Tabel 5.32 Hasil Analisis Componet Matrix.....	138
Tabel 5.33 Hasil Analisis Rotated Component Matrix.....	139
Tabel 5.34 Hasil Analisis Pengelompokan Rotated Component Matrix .....	140
Tabel 5.35 Hasil Analisis Component Transformation Matrix .....	141
Tabel 5.36 Fasilitas-Fasilitas Novotel Suite.....	147
Tabel 5.37 Tipe-Tipe Kamar Novotel Suite.....	148
Tabel 5.38 Faktor-Faktor Yang Mendasari Penentuan Harga.....	149
Tabel 5.39 Occupancy Rate Novotel Suite 2019 dari 144 Kamar.....	150
Tabel 5.40 Fasilitas-Fasilitas Novotel Samator.....	151
Tabel 5.41 Tipe-Tipe Kamar Novotel Samator.....	152
Tabel 5.42 Occupancy Rate Novotel Samator 2019 dari 265 Kamar.....	153

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Variabel Penelitian .....	165
Lampiran 2. Instrumen Observasi.....	179
Lampiran 3. Angket Kuisisioner .....	189
Lampiran 4. Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Terkait Keputusan Untuk Menginap pada Hotel Novotel.....	199
Lampiran 5. Hasil Analisis Data Responden.....	203
Lampiran 6. Hasil Uji Beda Mean dan Standar Deviasi .....	207
Lampiran 7. Data Faktor Dominan Mean dan Standar Deviasi .....	211
Lampiran 8. Data Uji Validitas.....	213
Lampiran 9. Data Uji Reliabilitas .....	221
Lampiran 10. Data Analisis Faktor - Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi	223
Lampiran 11. Data Analisis Faktor - Uji Anti-Image Matrices Setelah Reduksi	231
Lampiran 12. Rekap Hasil Pengambilan Data Responden .....	237
Lampiran 13. Data Wawancara Analisis Harga Pasar .....	241

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Arsitektur dan lingkungannya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Saat ini dunia sedang menghadapi fenomena dalam mengatasi masalah energi yang tidak dapat diperbaharui, dari fenomena tersebut munculah Arsitektur Berkelanjutan. Arsitektur Berkelanjutan (*sustainable architecture*) merupakan arsitektur yang menitikberatkan pada keseimbangan antara lingkungan binaan dan lingkungan alam saat ini hingga masa yang akan datang. Arsitektur Berkelanjutan tidak lepas dari Pembangunan Berkelanjutan (*sustainable development*). Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dalam aktivitasnya memanfaatkan seluruh sumber daya, guna meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Pelaksanaan pembangunan pada dasarnya juga merupakan upaya memelihara keseimbangan antara lingkungan alami (sumber daya alam hayati dan non hayati) dan lingkungan binaan (sumber daya manusia dan buatan), sehingga sifat interaksi maupun interdependensi antar keduanya tetap dalam keserasian yang seimbang (Priyoga, 2010).

Pada era-modern dan era-globalisasi seperti sekarang, arsitektur memberikan kontribusi terbesar terhadap pemanasan global (*global warming*) hampir diseluruh belahan Dunia. Di Asia, menurut Data *ASEAN Center for Energy* (ACE), 48% pemanasan global dihasilkan oleh bangunan (C. Zamora, 2015). Untuk mencapai kenyamanan thermal maupun visual dalam bangunan, kondisi lingkungan internal (temperatur, kelembaban, tingkat iluminasi) dapat diatur tanpa ataupun dengan menggunakan peralatan teknologi mekanikal elektrik yang menggunakan energi dari sumber yang tidak dapat diperbaharui (Almusaed, 2011). Untuk dapat menanggapi fenomena bangunan berkontribusi terhadap 48% pemanasan global adalah menerapkan konsep arsitektur berkelanjutan.

Ada beberapa konsep Arsitektur Lingkungan (*Environmental Architecture*) diantaranya: Arsitektur Vernakular, Arsitektur Bioklimatik, Arsitektur Ekologi,

Arsitektur Biophilia, dan Arsitektur Hijau (Report, 1987). Sementara konsep yang dikenal dengan arsitektur yang berhubungan dengan alam dan lingkungannya adalah arsitektur Bioklimatik, (Tumimomor & Poli, 2011). Yeang (1994), juga menyatakan arsitektur Bioklimatik adalah seni merancang bangunan dengan metode hemat energi yang memperhatikan iklim setempat dan memecahkan masalah iklim dengan menerapkannya pada elemen bangunan. Dari kedua teori yang sudah dijelaskan (Tumimomor & Poli, 2011) dan (Yeang,1994), dapat disimpulkan bahwa Arsitektur Bioklimatik adalah penerapan pendekatan konsep yang ingin menciptakan kenyamanan bagi pengguna itu sendiri tanpa mengesampingkan lingkungan sekitar.

Konsep Arsitektur Bioklimatik sudah banyak diterapkan pada berbagai fungsi bangunan di Indonesia. Seperti beberapa penelitian berikut menggunakan pendekatan Arsitektur Bioklimatik sebagai konsep dasar desain. Penelitian pertama dengan judul “Pendekatan Arsitektur Bioklimatik pada Bangunan Pesisir” (Dewangga & Setijanti, 2016). Penelitian kedua dengan judul “Penerapan Arsitektur Bioklimatik pada *Science Technologi Park* Universitas Riau” (Arumsari, Firzal, & Susilawati, 2017). Penelitian ketiga adalah “Implementasi Prinsip Desain Arsitektur Bioklimatik pada Bangunan Perpustakaan di Klaten” (Cahyaningrum, Hardiyati, & Nugroho, 2017). Dan penelitian terakhir dengan judul “Pendekatan Arsitektur Bioklimatik pada Konsep Bangunan Sekolah yang Hemat Energi” (Megawati & Akromusyuhada, 2018). Penelitian-penelitian tersebut sudah meneliti konsep Arsitektur Bioklimatik pada berbagai fungsi bangunan yaitu, bangunan sekolah, perpustakaan, universitas, dan bangunan lainnya. Semua penelitian tersebut menerapkan Arsitektur Bioklimatik sebagai konsep untuk mendesain sebuah bangunan dengan fungsi berkelanjutan bukan sebagai faktor preferensi.

Arsitektur merupakan *asset property* yang diwujudkan dalam bentuk sebuah bangunan. Jika kita melihat kedalam negeri sudah terdapat satu kota yang sedang menuju Kota Berwawasan Lingkungan atau *Green and Smart City* (2020) yaitu, Kota Surabaya. Selain ingin menjadi kota berbasis *Green and Smart City*, Kota Surabaya juga merupakan kota terbesar kedua di Indonesia dengan perkembangan Real Properti yang sangat pesat (Salanto, 2018). Hal tersebut dapat dilihat dari tumbuhnya bangunan-bangunan tinggi seperti apartemen, hotel, perumahan,

pabrik/-industri, dan sebagainya. Berdasarkan fungsi dan tujuan penggunaan Real Properti dapat diklasifikasikan menjadi empat, yaitu: komersial, hunian, industri, dan fasilitas umum, (Santoso, 2009).

Di Kota Surabaya properti yang sedang berkembang dengan pesat saat ini adalah sektor komersial, terutama bangunan hotel (Salanto, 2018). Hotel merupakan salah satu properti yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hotel adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik, psikologi maupun keamanan selama tamu mempergunakan fasilitas atau menikmati pelayanan di hotel (Hilal, 2011). Saat ini hotel tidak hanya dijadikan tempat beristirahat sementara, melainkan dijadikan tempat mengadakan rapat ataupun pernikahan dan banyak acara lainnya. Hal tersebut banyak memunculkan jenis-jenis hotel, diantaranya *tourist hotel*, *bussiness hotel*, *sport hotel*, dan *research hotel*. Untuk dapat lebih meningkatkan lagi nilai property, pada sektor bangunan hotel diperlukan upaya-upaya yang perlu dilakukan seperti fasilitas yang lengkap dan harga yang terjangkau.

Nilai sebuah properti bisa dikatakan meningkat dengan tercapainya kepuasan yang diperoleh oleh konsumen. Kepuasan konsumen sangat terkait dengan perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide yang disebut dengan preferensi konsumen (Mowen & Minor, 2002). Kepuasan konsumen tidak hanya bisa dicapai dari harga yang murah. Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan pendekatan desain (Arsitektur) yang menerapkan isu permasalahan lingkungan.

Sementara penelitian terkait preferensi konsumen adalah penelitian yang dilakukan oleh Mandasari (2017) yang melihat bagaimana fenomena ketertarikan manusia terhadap makhluk hidup lain dan alam menjadi dasar desain natural yang biasa disebut dengan Biofilik. Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sitanggang (2017) yang melihat kegiatan *real estate development* seringkali membawa dampak berupa kerusakan lingkungan seperti menurunnya kapasitas ekologis di lokasi proyek dan sekitarnya, eksploitasi energi, dan emisi polutan yang berlebihan. Dari dua penelitian sebelumnya yang sudah di

uraikan diatas, penelitian-penelitian tersebut menggunakan konsep Arsitektur berkelanjutan untuk menanggapi fenomena masalah kerusakan lingkungan yang terjadi pada saat ini.

Konsep Arsitektur Berkelanjutan yang sudah diangkat adalah arsitektur Biofilia yang lebih fokus ke psikologis (Mandasari, 2017), dan pendekatan *Green Building* (Sitanggang, 2017) yang lebih kepada konsep efisiensi energi sebuah bangunan kantor. Untuk itu penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh arsitektur bioklimatik terhadap preferensi konsumen hotel. Dalam penelitian ini objek studi bangunan yang di angkat adalah Hotel Novotel Suite Surabaya dengan fungsi bangunan komersial (alasan pemilihan objek studi kasus di jelaskan pada sub bab 3.4.1) untuk menanggapi fakta yang disebutkan oleh Salanto (2018). Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pandangan terhadap konsumen dan masyarakat untuk dapat memilih produk yang berintegrasi dengan alam tanpa mengesampingkan lingkungan sekitarnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, arsitektur sebagai penyumbang pemanasan global yang difungsikan sebagai properti utama sektor riil, dapatkah dipakai untuk meningkatkan nilai pasar. Secara rinci ada beberapa masalah yang ditemukan:

1. Arsitektur merupakan penyumbang 48% pemanasan global di daerah Asia, (Zamora, 2015).
2. Kota Surabaya merupakan salah satu kota dengan perkembangan Real Estate/Properti yang sangat pesat, terutama pada sektor komersial bangunan hotel (Salanto, 2018).
3. Bangunan hotel merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat yang berpergian keluar kota, perlunya deferensiasi produk untuk promosi dan tantangan pilihan tematik design dalam arsitektur sebagai pilihan untuk menanggapi masalah pemanasan global.
4. Penggunaan konsep arsitektur berkelanjutan, terutama Bioklimatik masih jarang ditemukan pada hotel di Indonesia, khususnya untuk meningkatkan nilai pasar dari hotel tersebut.

Dari uraian rumusan masalah di atas timbul pertanyaan, apakah bangunan hotel yang menggunakan konsep Arsitektur Bioklimatik berpengaruh terhadap keputusan masyarakat/konsumen memilih properti tersebut. Serta apakah dapat meningkatkan nilai dari properti, dan faktor-faktor apa yang mendasari hal tersebut. Sehingga pertanyaan penelitian yang diambil dari rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik pada Hotel Novotel Suite?
2. Apakah penerapan konsep arsitektur Bioklimatik mempengaruhi preferensi konsumen?
3. Apa faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi dan hubungan antar faktor preferensi konsumen terhadap penerapan konsep arsitektur Bioklimatik?
4. Bagaimana nilai pasar dari bangunan hotel Novotel Suite dengan penggunaan konsep Arsitektur Bioklimatik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Setelah pada sub-bab sebelumnya sudah di bahas mengenai latar belakang penelitian ini dilakukan dan menemukan masalah yang akan diselesaikan. Selanjutnya adalah tujuan diadakannya penelitian ini yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor penerapan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik pada bangunan hotel Novotel Suite.
2. Mengetahui pengaruh konsep arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi konsumen terkait keputusan memilih hotel Novotel Suite.
3. Mengetahui faktor – faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi keputusan konsumen dan hubungan antar variabel dengan penerapan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik pada bangunan Hotel Novotel Suite.
4. Mengetahui nilai pasar dari bangunan hotel Novotel Suite yang menggunakan konsep arsitektur Bioklimatik dan yang tidak, dengan klasifikasi hotel bintang 4. Untuk dapat melihat apakah pendekatan Bioklimatik berpengaruh terhadap nilai pasar yang dapat meningkatkan *occupancy rate*.

#### **1.4 Batasan Penelitian**

1. Lingkup responden penelitian: Sasaran responden, penghuni hotel baik saat akan *chek-in* maupun *chek-out*. Karena terkadang tamu hotel memiliki waktu di luar kamar hotel saat *chek-in* maupun *chek-out*.
2. Lingkup wilayah penelitian: Cakupan wilayah penelitian di batasi hanya di kota Surabaya dengan bangunan hotel bintang 4.
3. Masalah lingkup bidang studi: Lingkup bidang studi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Consumer Behavior* (perilaku konsumen).

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang telah di tuliskan di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

Manfaat teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam kajian teori dari arsitektur Bioklimatik, hotel, preferensi konsumen dan nilai pasar.

1. Hasil dari penerapan teori arsitektur Bioklimatik pada bangunan hotel Novotel Suite diharapkan dapat menambah kajian teori tentang penerapan arsitektur Bioklimatik dengan menerapkan 9 elemen dari Kenneth Yeang, (1994). Dengan tetap menyesuaikan unsur hotel bintang 4 menurut Peraturan Menteri.
2. Dapat memberikan kajian teori tentang penerapan teori preferensi konsumen oleh Engel et. al., (1990) dalam memilih produk dengan menggunakan konsep arsitektur berkelanjutan sebagai topik utama.
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian teori penerapan nilai pasar dari Appraisal Institute, (2001 hal. 22). Untuk dapat meningkatkan *occupancy rate* dari teori Damardjati dalam Anisa, (2015) pada hotel Novotel Suite dengan melihat penerepan konsep arsitektur bioklimatik sebagai parameter penilaian.

Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memperdalam manfaat paktisi sebagai berikut:

- 1 Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pemahaman pemilihan desain bangunan Hotel. Dengan melihat faktor preferensi konsumen yang ditentukan melalui perilaku konsumen dari faktor-

faktor dan aspek – aspek kenyamanan yang diterapkan dari pendekatan arsitektur Bioklimatik.

- 2 Memberikan manfaat bagi pelaku bisnis Real Estate, dan Arsitek untuk dapat mengembangkan program bangunan yang berbasis Arsitektur Berkelanjutan yang dapat meningkatkan nilai properti.
- 3 Dapat meningkatkan minat di antara peneliti tentang topik ini, yang diharapkan akan terdapat penelitian lanjutan yang menghasilkan penelitian yang lebih luas dan lebih dalam.

### 1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan dari awal yang nantinya akan di gunakan untuk mendasari penelitian. Kerangka pemikiran sebagai berikut ini:



Gambar 1.1 Diagram Kerangka Pemikiran (Data Pribadi, 2020)

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pada kajian pustaka ini, dijelaskan mengenai empat hal utama yang berperan penting dalam kegiatan penelitian ini yaitu Hotel, Arsitektur Bioklimatik, Preferensi Konsumen, dan Nilai Pasar untuk melihat perbandingan produk yang menggunakan dan tidak menggunakan konsep Arsitektur Bioklimatik.

Sub-bab 2.1 menjelaskan mengenai definisi operasional yang didalamnya membahas tentang pengertian dari judul “Pengaruh Konsep Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Hotel Bintang 4”. Sub-bab 2.2 menjelaskan mengenai kerangka dari kajian teori yang akan digunakan. Pada sub-bab 2.3 akan diuraikan kajian mengenai arsitektur Bioklimatik, cara perancangannya dan parameter untuk menilai suatu bangunan dapat dikatakan menggunakan konsep arsitektur Bioklimatik. Sub-bab 2.4 menjelaskan mengenai klasifikasi hotel dan elemen-elemen hotel. Sub-bab 2.5 akan dijelaskan mengenai preferensi konsumen dan faktor yang mendasari konsumen dalam membeli sebuah produk. Sub-bab 2.6 akan dijelaskan mengenai nilai pasar. Sub-bab 2.7 akan dijelaskan studi terdahulu terkait penelitian pengaruh konsep arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi konsumen dalam memilih produk. Sub-bab 2.8 akan dijelaskan mengenai sintesa kajian pustaka.

#### **2.1 Defenisi Operasional**

Untuk dijadikan acuan menentukan konteks teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, defenisi operasional akan diuraikan sebagai berikut:

**Bioklimatik**, adalah penerapan pendekatan konsep yang ingin menciptakan kenyamanan bagi pengguna itu sendiri tanpa mengenyampingkan lingkungan sekitar. Arsitektur Bioklimatik adalah penyesuaian terhadap keadaan alam dan lingkungan, penguasaan secara fungsional, dan kematangan dalam pengolahan pemilihan bentuk, bahan dan arsitektur, Oscar Mieneyer dalam (Yamak, 2017).

Faktor **Preferensi** Konsumen, menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang mengartikan bahwa konsumen merasa puas dengan

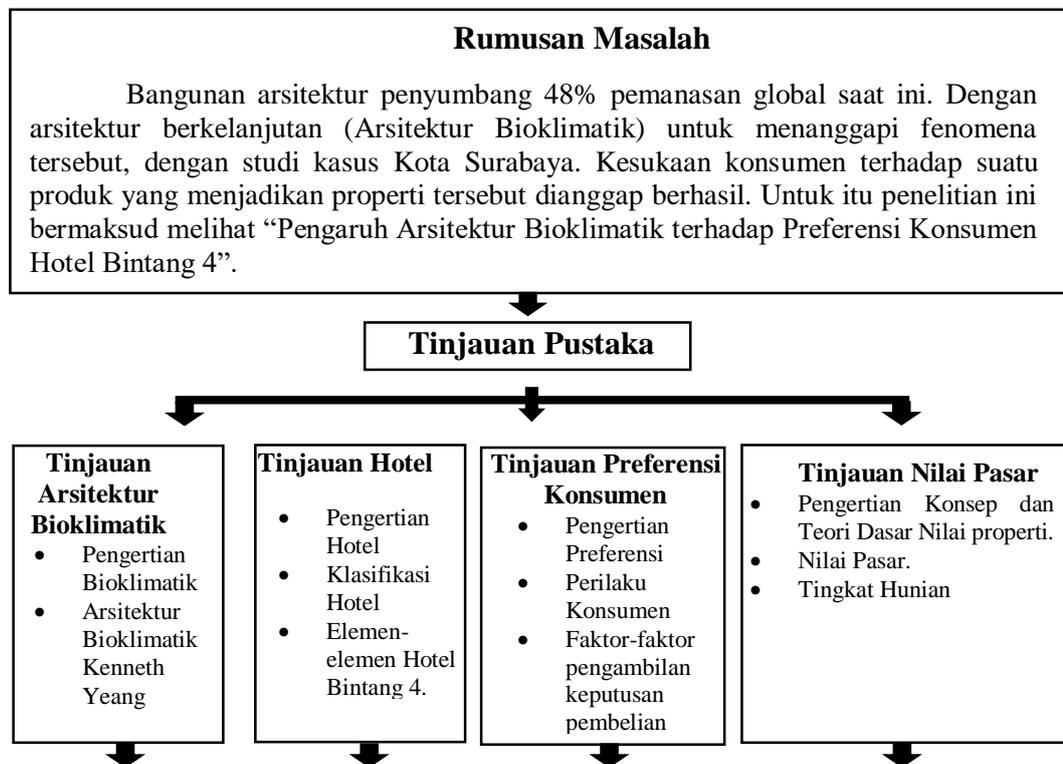
produk tersebut. Preferensi Konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen yang dapat menyebabkan perasaan puas (Indarto, 2011).

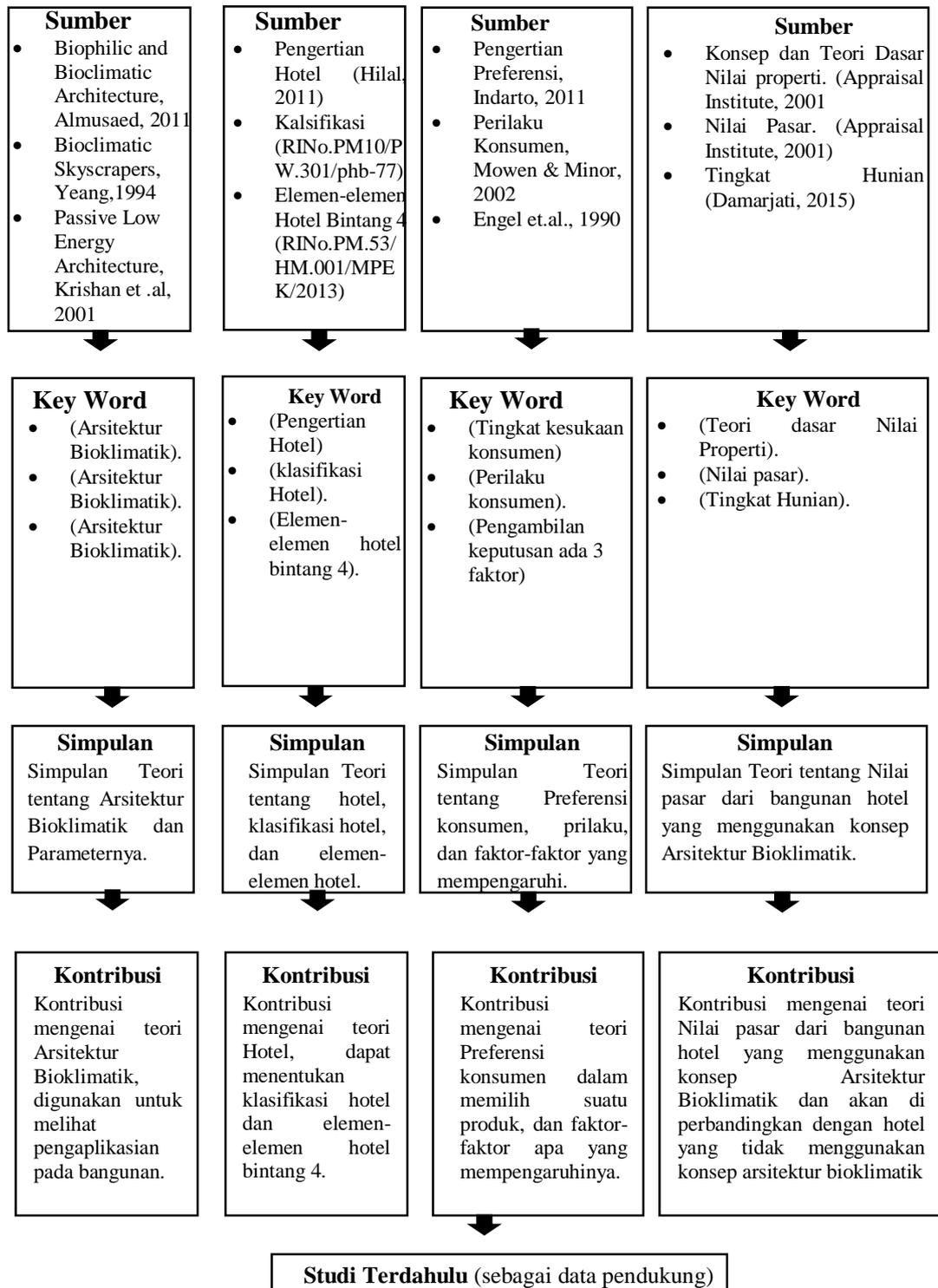
(Hotel Bintang 4) **Produk**, Definisi produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Trisnawan & Amron, 2013).

## 2.2 Kerangka Kajian Teoritis

Tahap selanjutnya menentukan kajian teoritis yang merupakan langkah awal untuk melihat tinjauan pustaka apa saja yang harus dicari untuk menjadi dasar dalam penelitian ini. Langkah selanjutnya membatasi pustaka-pustaka agar memudahkan peneliti dalam mengelompokkan pustaka. Pada tinjauan pustaka yang sudah diperoleh akan dapat membantu peneliti untuk mendapatkan variabel-variabel penelitian yang akan digunakan.

### Kerangka Kajian Teoritis





Gambar 2.1 Diagram Kerangka Kajian Teoritis (Data Pribadi,2020)

### 2.3 Arsitektur Bioklimatik

Perkembangan arsitektur Bioklimatik berawal dari tahun 1960-an yang merupakan arsitektur yang di pengaruhi oleh iklim. Arsitektur Bioklimatik merupakan pencerminan kembali arsitektur Frank Lloyd Wright yang terkenal dengan arsitektur yang berhubungan dengan alam lingkungan. Dengan prinsip utamanya bahwa didalam seni membangun tidak hanya efisiensi saja yang di pentingkan tetapi juga ketenangannya, keselarasannya, kebijaksanaan, kekuatan bangunan dan kegiatan yang sesuai dengan bangunan (Firmansyah et al., 2017). Arsitektur Bioklimatik adalah penyesuaian terhadap keadaan alam dan lingkungan, penguasaan secara fungsional, dan kematangan dalam pengolahan pemilihan bentuk, bahan dan arsitektur menurut Oscar Niemeyer dalam (Yamak, 2017).

Akhir dari Frank Wright dan Oscar Niemeyer lahirlah arsitek lain seperti Victor Olgyay pada tahun 1963 yang mulai memperkenalkan arsitektur bioklimatik. Setelah tahun 1990-an Kenneth Yeang mulai menerapkan arsitektur Bioklimatik pada bangunan tinggi dengan *Teori Bioclimatic Skyscrapers*. Kini banyak bermunculan arsitek-arsitek yang mengenalkan maupun menerapkan arsitektur Bioklimatik. Contohnya, Arsitektur Bioklimatik merupakan proses desain yang mempertimbangkan tingkat adaptasi bangunan terhadap keseimbangan lingkungan, PLEA (*Passive Low Energy Architecture*) (Krishan et.al., 2001). Selanjutnya *Bioclimatic architecture* juga menawarkan peluang yang menarik untuk mencapai manfaat lingkungan, sosial, dan ekonomi yang berpengaruh terhadap energi, lingkungan, dan proses siklus hidup (Al-musaed, 2004). Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Arsitektur Bioklimatik adalah penerapan pendekatan konsep yang ingin menciptakan kenyamanan bagi pengguna itu sendiri tanpa mengenyampingkan lingkungan sekitar. Untuk penerapan teori arsitektur yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori arsitektur Bioklimatik dari Kenneth Yeang (1994). Karena pengembangan arsitektur Bioklimatik Yeang di Singapura memiliki iklim yang sama dengan Indonesia, yaitu iklim tropis. Alasan tersebut sangat penting mengingat arsitektur Bioklimatik adalah arsitektur yang dipengaruhi oleh iklim/lingkungan.

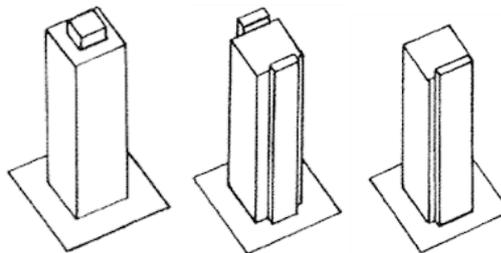
## Arsitektur Bioklimatik Kenneth Yeang, 1994

Arsitektur Bioklimatik merupakan penerapan pada bangunan tingkat tinggi dan melahirkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

### 1. Penempatan Core

Posisi *service* core sangat penting dalam merancang bangunan tingkat tinggi. *Service* core bukan hanya bagian struktur, namun dapat mempengaruhi kenyamanan termal. Posisi core dapat diklasifikasikan dalam tiga bentuk, yaitu:

- Core Pusat.
- Core Ganda.
- Core tunggal terletak pada sisi bangunan.



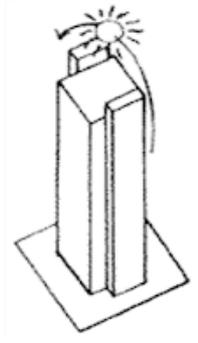
Gambar 2.2 Penempatan Core (Kenneth Yeang, 1994 hal. 28)

Core ganda memiliki banyak keuntungan, dengan memakai dua core dapat dijadikan sebagai penghalang panas yang masuk kedalam bangunan. Penelitian harus menunjukkan penggunaan pengkondisian udara secara minimum melalui penempatan *service* core ganda pada sisi timur dan barat, sedangkan dinding dengan bukaan/jendela pada sisi utara dan selatan. Penerapan ini juga dapat diterapkan pada daerah beriklim sejuk.

### 2. Menentukan Orientasi

Bangunan tingkat tinggi mendapatkan penyinaran matahari secara penuh dan radiasi panas. Orientasi bangunan sangat penting untuk menciptakan konservasi energi. Secara umum, susunan bangunan dengan bukaan menghadap utara dan selatan memberikan keuntungan dalam mengurangi insulasi panas. Orientasi bangunan yang terbaik adalah meletakkan luas permukaan bangunan terkecil menghadap timur – barat serta memberikan fasad tambahan pada permukaan bangunan. Kemudian untuk daerah tropis peletakan core lebih

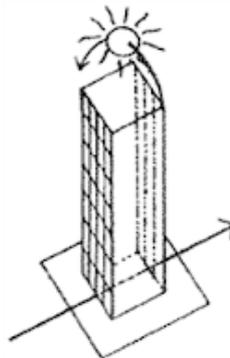
diutamakan pada poros timur-barat. Hal ini dimaksudkan sebagai daerah penyangga dan dapat menghemat *air conditioner* dalam bangunan.



Gambar 2.3 Menentukan Orientasi (Kenneth Yeang, 1994 hal. 28)

### 3. Penempatan Bukaan Jendela

Bukaan jendela sebaiknya menghadap utara dan selatan untuk mendapatkan orientasi pandangan. Jika memperhatikan alasan *aesthetic*, *curtain wall* bisa digunakan pada fasad bangunan yang tidak menghadap matahari. Pada daerah iklim sejuk, ruang transisional dapat menggunakan material kaca, sedangkan pada bagian fasad teras juga berfungsi sebagai ‘ruang sinar matahari’, tempat berkumpulnya panas matahari, seperti rumah kaca. Penempatan bukaan jendela pada bangunan Bioklimatik dapat dilihat pada gambar 2.4 berikut.



Gambar 2.4 Penempatan Bukaan Jendela (Kenneth Yeang, 1994 hal. 29)

Penggunaan kaca jendela yang sejajar dengan dinding luar dapat menggunakan kaca dengan sistem *Metrical Bioclimatic Window* (MBW). MBW didesain sebagai sistem elemen dengan fungsi yang dikhususkan untuk ventilasi, perlindungan tata surya, penerangan alami, area visualisasi, dan kebebasan pribadi serta sistem luar yang aktif. Sistem MBW disesuaikan dengan perkembangan zaman. Sistem ini

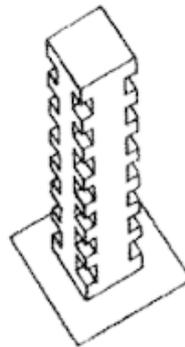
bermaksud mengatur kondisi termal ruangan dengan menggunakan teknik Bioklimatik, yaitu:

- a. Penurunan perolehan panas oleh radiasi surya.
- b. Kontrol perolehan panas oleh konveksi dan penggunaan ventilasi silang ataupun dengan pemilihan cerobong asap.

Dengan penggunaan teknik diatas, maka pencahayaan lebih maksimal dan udara pada malam hari dapat menjadi lebih sejuk. Teknik tersebut juga dapat menghemat konsumsi energy yang dibutuhkan oleh bangunan.

#### **4. Penggunaan Balkon**

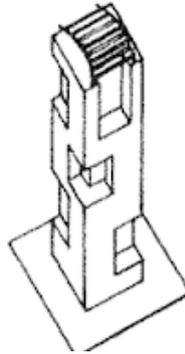
Penempatan balkon akan membuat area tersebut menjadi bersih dari panel – panel sehingga mengurangi sisi panas, untuk penempatannya sebaiknya pada sisi bagian utara – selatan, karena dengan teras – teras yang lebar akan mudah membuat dan menanam tanaman dapat dijadikan pembayang sinar yang alami, dan sebagai daerah fleksibel akan mudah untuk menambah fasilitas – fasilitas yang akan tercipta dimasa yang akan datang, seperti gambar 2.5 berikut.



Gambar 2.5 Penggunaan Balkon (Kenneth Yeang, 1994 hal. 29)

#### **5. Membuat Ruang Transisional**

Menurut Yeang, (1994) ruang transisional dapat diletakkan ditengah dan sekeliling sisi bangunan sebagai ruang udara dan atrium. Ruang ini dapat menjadi ruang perantaran antara ruang dalam dan ruang luar bangunan. Ruang ini bisa menjadi koridor luar seperti rumah – rumah toko tua awal abad sembilan belas di daerah tropis. Dengan adanya ruang-ruang transisi atau koridor dapat memungkinkan penggunaan pencahayaan dan penghawaan alami dalam bangunan. Membuat ruang transisional pada fasad bangunan Bioklimatik untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.6 berikut ini.

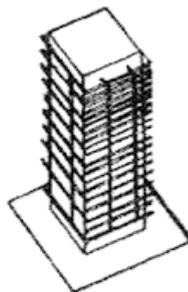


Gambar 2.6 Ruang Transisional (Kenneth Yeang, 1994 hal. 29)

Menurut Yeang, (1994) penempatan teras pada bagian dengan tingkat panas yang tinggi dapat mengurangi penggunaan panel – panel anti panas. Hal ini dapat memberikan akses ke teras yang dapat juga digunakan sebagai area evakuasi jika terjadi bencana seperti kebakaran. Penggunaan balkon pada bangunan Bioklimatik dapat dilihat pada gambar 2.6. Atrium sebaiknya tertutup, tetapi diletakkan diantara ruangan. Puncak bangunan sebaiknya dilindungi oleh sirip – sirip atap yang mendorong angin masuk kedalam bangunan. Hal ini juga dapat didesain sebagai fungsi *Wind scoops* untuk mengendalikan pengudaraan alami yang masuk kedalam bagian gedung.

## 6. Desain pada Dinding

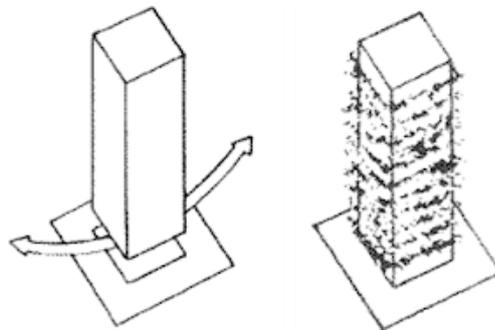
Penggunaan membran yang menghubungkan bangunan dengan lingkungan dapat dijadikan sebagai kulit pelindung. Pada iklim sejuk dinding luar harus dapat menahan dinginnya musim dingin dan panasnya musim panas. Pada kasus ini, dinding luar harus seperti insulasi yang bagus namun dapat dibuka pada musim kemarau. Pada daerah tropis, fasad tambahan pada dinding luar bangunan dapat digerakan/*fleksible*, atau dapat pula menggunakan *cross ventilation* untuk kenyamanan dalam bangunan. Desain dinding pada bangunan Bioklimatik seperti gambar 2.7 berikut ini.



Gambar 2.7 Desain pada Dinding (Kenneth Yeang, 1994 hal. 29)

## 7. Hubungan Terhadap Landscape

Menurut Yeang, (1994) lantai dasar bangunan tropis seharusnya lebih terbuka keluar dan menggunakan ventilasi yang alami karena hubungan lantai dasar dengan jalan juga penting. Fungsi atrium dalam ruangan pada lantai dasar dapat mengurangi tingkat kepadatan jalan. Tumbuhan dan *landscape* digunakan tidak hanya untuk kepentingan ekologis dan estetik semata, tetapi juga membuat bangunan menjadi lebih sejuk. Hubungan terhadap *landscape* dapat dilihat pada gambar 2.8 berikut ini.

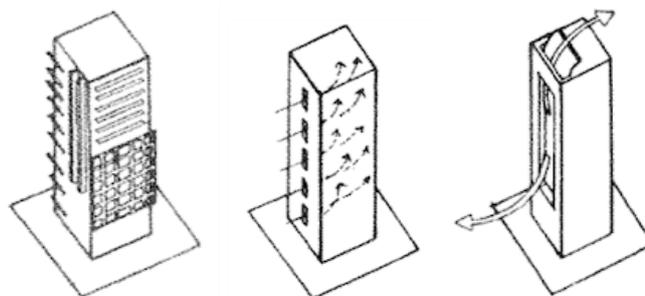


Gambar 2.8 Hubungan Terhadap Landscape (Kenneth Yeang, 1994 hal. 30)

Mengintegrasikan antara elemen biotik tanaman dengan elemen boitik, yaitu: bangunan. Hal ini dapat memberikan efek dingin pada bangunan dan membantu proses penyerapan O<sub>2</sub> dan pelepasan CO<sub>2</sub>.

## 8. Menggunakan alat Pembayang Pasif

Menurut Yeang, (1994) pembayang sinar matahari adalah esensi pembiasan sinar matahari pada dinding yang menghadap matahari secara langsung (pada daerah tropis berada disisi timur dan barat) sedangkan *cross ventilation* seharusnya digunakan (bahkan diruang ber-AC) meningkatkan udara segar dan mengalirkan udara panas keluar. Penggunaan alat pembayang pasif dapat dilihat pada gambar 2.9 berikut ini.

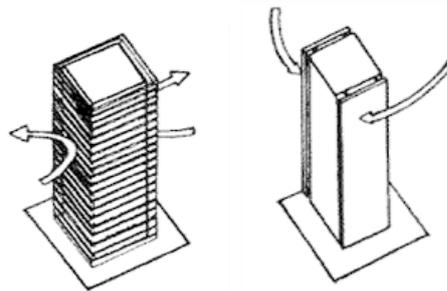


Gambar 2.9 Alat Pembayang Pasif (Kenneth Yeang, 1994 hal. 30-31)

Pemberian ventilasi yang cukup pada ruangan dengan peraturan *volumetric* aliran udara. Dengan adanya ventilasi, maka udara panas diatas gedung dapat dialirkan kelingkungan luar sehingga dapat menyegarkan ruangan kembali.

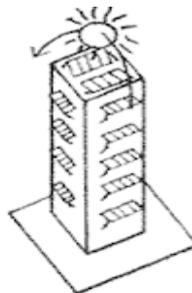
### 9. Penyekat Panas pada Lantai

Menurut Yeang, (1994) insulator panas yang baik pada kulit bangunan dapat mengurangi pertukaran panas yang terik dengan udara dingin yang berasal dari dalam bangunan. Karakteristik *thermal insulation* adalah secara utama ditentukan oleh komposisinya. Denga alasan tersebut maka *thermal insolation* dibagi menjadi lima bagian utama, walaupun banyak insulator yang utama merupakan turunan produk jenis – jenis ini. Penyekat panas pada lantai bangunan Bioklimatik dapat dilihat pada gambar 2.10 berikut ini. Lima jenis utama *thermal insolation*: *Flake* (serpihan), *Fibrous* (berserabut), *Granular* (butiran-butiran), *Cellular* (terdiri dari sel), dan *Reflective* (memantul).



Gambar 2.10 Penyekat Panas pada Lantai (Kenneth Yeang, 1994 hal. 31)

Struktur massa bangunan bekerja melepas panas pada siang hari dan melepas udara dingin pada siang hari. Pada iklim sejuk struktur bangunan dapat menyerap panas matahari sepanjang siang hari dan melepaskannya pada siang hari. *Solar window* atau *solar-collector heat* ditempatkan didepan fisik gedung untuk menyererap panas matahari seperti gambar 2.11 berikut ini.



Gambar 2.11 Penyekat Panas pada Lantai terhadap Panas Matahari (Kenneth Yeang, 1994 hal. 31)

## **2.4 Hotel**

Dalam mengembangkan industri pariwisata, hotel merupakan salah satu real properti pokok dalam menyediakan penginapan, hotel memiliki pengertian yang berbeda bagi setiap orang, (Hilal, 2011). Menurut Sulastiyono dalam (Hilal, 2011), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Hotel adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik, psikologi maupun keamanan selama tamu mempergunakan fasilitas atau menikmati pelayanan di hotel (Hilal, 2011). Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makan, minum, dan bersifat umum serta fasilitas lainnya yang memenuhi syarat kenyamanan dan dikelola secara komersil.

### **2.4.1 Klasifikasi & Jenis Hotel**

Berdasarkan keputusan Dirjen Pariwisata No. 14/U/II/1988, tentang usaha dan pengelolaan hotel menjelaskan bahwa klasifikasi hotel menggunakan sistem bintang. Klasifikasi hotel berbintang tersebut secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Hotel bintang satu, dengan konsep sebagai berikut: jumlah kamar standar minimal 15 kamar dan semua kamar dilengkapi kamar mandi didalam, ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 20 m<sup>2</sup>.
2. Hotel bintang dua, dengan konsep sebagai berikut: jumlah kamar standar minimal 20 kamar (termasuk minimal 1 suite room, 44 m<sup>2</sup>).
3. Hotel bintang tiga, dengan konsep sebagai berikut: jumlah kamar minimal 30 kamar (termasuk minimal 2 suite room, 48m<sup>2</sup>).
4. Hotel bintang empat, dengan konsep sebagai berikut: jumlah kamar minimal 50 kamar (termasuk minimal 3 suite room, 48 m<sup>2</sup>).
5. Hotel bintang lima, dengan konsep sebagai berikut: jumlah kamar minimal 100 kamar (termasuk mminimal 4 suite room, 58m<sup>2</sup>).

Penentuan jenis hotel yang didasarkan atas tuntutan tamu sesuai dengan keputusan Menteri Perhubungan RI No.PM10/PW.301/phb-77, dibedakan atas:

1. *Bussiness hotel*, yaitu hotel yang bertujuan untuk, melayani tamu yang memiliki kepentingan bisnis.
2. *Tourist hotel*, yaitu bertujuan melayani para tamu yang akan mengunjungi objek objek wisata.
3. *Sport hotel*, yaitu hotel khusus bagi para tamu yang bertujuan untuk olahraga atau sport.
4. *Research hotel*, yaitu fasilitas akomodasi yang disediakan bagi tamu yang bertujuan melakukan riset.

#### **2.4.2 Elemen-Element Hotel Bintang 4**

Berikut adalah elemen-elemen pada hotel bintang 4 yang sesuai dengan (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel). Elemen-elemen ini nantinya akan di analisis untuk mengetahui keberadaan unsur dan penilaian sesuai peraturan Menteri. Dapat dilihat pada lampiran 1 untuk elemen-elemen hotel bintang 4. Dari semua unsur dan subunsur yang sudah dijelaskan pada lampiran 1. Subunsur yang digunakan pada tahap analisis untuk mengkategorikan dengan elemen arsitektur bioklimatik hanya sub-unsur produk. Karena subunsur produk mengarah pada elemen-elemen dan ruang bangunan. Berbeda dengan sub-unsur pelayanan dan pengelolaan yang lebih mengarah kepada pelayanan jasa.

#### **2.5 Preferensi Konsumen**

Faktor Preferensi Konsumen, preferensi menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang mengartikan bahwa konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen yang di tentukan dari perilaku konsumen (Indarto, 2011). Perilaku Konsumen (*consumer behavior*) didefenisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Defenisi yang sederhana ini mengandung sejumlah konsep penting. Pertama,

perhatikan kata-kata dalam defenisi tersebut, yaitu “pertukaran”. Seorang konsumen tidak dapat menghindari dari proses pertukaran (*exchange process*), di mana segala sumber daya ditransfer diantara kedua belah pihak (Mowen & Minor, 2002). Defenisi kita tentang perilaku konsumen juga menyatakan bahwa proses pertukaran melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dengan tahap perolehan atau akuisi (*acquisition phase*), lalu ke tahap konsumsi (*consumption phase*), dan berakhir dengan tahap disposisi (*disposition phase*), para peneliti menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan produk atau jasa.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1990), perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang terlihat secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi, dan membuang suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Menurut David L Loudon dan Albert J Della Bitta (2003), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang melibatkan dengan mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat menggunakan barang dan jasa. Sedangkan *The American Marketing Association*, mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis dari pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek hidupnya. Dalam kata lain perilaku konsumen mengikutkan pikiran dan perasaan yang dialami manusia dan aksi yang dilakukan saat proses konsumsi (Peter & Olson, 2005).

### **5.2.1 Perspektif Pengambilan Keputusan**

Semenjak tahun 1970-an dan sampai awal tahun 1980-an, para peneliti memandang konsumen sebagai pengambil keputusan. Dari perspektif ini, pembelian merupakan hasil dimana konsumen merasa mengalami masalah dan kemudian melalui proses rasional menyelesaikan masalah tersebut. Perspektif pengambilan keputusan (*decision-making perspective*) menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, mencari, evaluasi alternatif, memilih, evaluasi pasca perolehan. Akar dari

pendekatan ini adalah pengalaman kognitif dan psikologis serta faktor-faktor ekonomi lainnya.

### **5.2.2 Perspektif Pengaruh Perilaku**

Perspektif pengaruh perilaku (*behavior influence perspective*) mengasumsikan bahwa kekuatan lingkungan memaksa konsumen untuk melakukan pembelian tanpa harus terlebih dahulu membangun perasaan atau kepercayaan terhadap produk. Menurut perspektif ini, konsumen tidak saja melalui proses pengembalian keputusan rasional, namun juga bergantung pada perasaan untuk membeli produk atau jasa tersebut. Sebagai gantinya, tindakan pembelian konsumen secara langsung merupakan hasil dari kekuatan lingkungan, seperti sarana promosi penjualan (seperti, konteks) nilai-nilai budaya, lingkungan fisik, dan tekanan ekonomi.

### **5.2.3 Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan**

Menurut defenisinya, perilaku konsumen adalah kegiatan konsumen yang secara langsung terlibat dalam hal mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka anggap memuaskan kebutuhan mereka (Engel et. al., 1990). Sedangkan Peter dan Olson (2000) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah soal keputusan yang dihasilkan sebagai interaksi dinamis antara pengaruh pikiran, perilaku, dan kejadian sekitar. Berdasarkan kedua teori tersebut diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen dapat berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan yang dipikirkan, dirasakan, dan yang dilakukan oleh konsumen. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk, yaitu faktor budaya, kelas sosial, karakteristik pribadi, dan faktor psikologis (Kotler et. al., 2001). Berikut ini akan diuraikan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut:

#### **1. Budaya**

Budaya merupakan karakter sosial konsumen yang membedakannya dengan kelompok kultur lain disekitarnya. Budaya konsumen merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Perilaku konsumen ditentukan oleh kebudayaan yang mengelilinginya.

#### **2. Kelas Sosial**

Kelas sosial adalah pembagaian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarki dan menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain, seperti pekerjaan, pendidikan, rumah tinggal, dan variabel lainnya.

### 3. Karakteristik Individu

Karakteristik-karakteristik tersebut meliputi usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Peranan usia dan siklus hidup mempunyai pengaruh penting terhadap pembentukan perilaku konsumen.

### 4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian. Motivasi konsumen merupakan suatu pendorong seseorang untuk melakukan sesuatu dalam pemenuhan kebutuhan, termasuk keputusan pembelian.

Menurut Engel et. al., (1990), proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu lingkungan, perbedaan individu, proses psikologis, dan bauran pemasaran. Dalam variabel budaya terdapat 10 perilaku yang sangat penting yang dipengaruhi oleh budaya yaitu (rasa diri dan ruang, komunikasi dan bahasa, pakaian dan penampilan, makan dan kebiasaan makan, waktu dan kesadaran waktu, hubungan keluarga, organisasi dll, nilai dan norma, keyakinan dan sikap, proses dan pembelajaran, dan terakhir ada kebiasaan dan praktik kerja sehari-hari). Dalam penelitian ini variabel budaya yang diangkat adalah kebiasaan dan praktik kerja sehari-hari karena menyesuaikan dengan penelitian yang dilakukan, hak serupa dilakukan pada variabel perbedaan individu, proses psikologis, dan bauran pemasaran. Penjelasan lebih lengkap seperti tabel berikut: Dalam faktor perbedaan individu seharusnya ada sub variabel sumber daya konsumen, karena hotel sudah diklasifikasikan kedalam hotel bintang 4, sub-variabel sumber daya konsumen dieliminasi. Karena sumber daya ekonomi konsumen sudah masuk kedalam kelas menengah keatas jika dilihat dari kelas bintangnya.

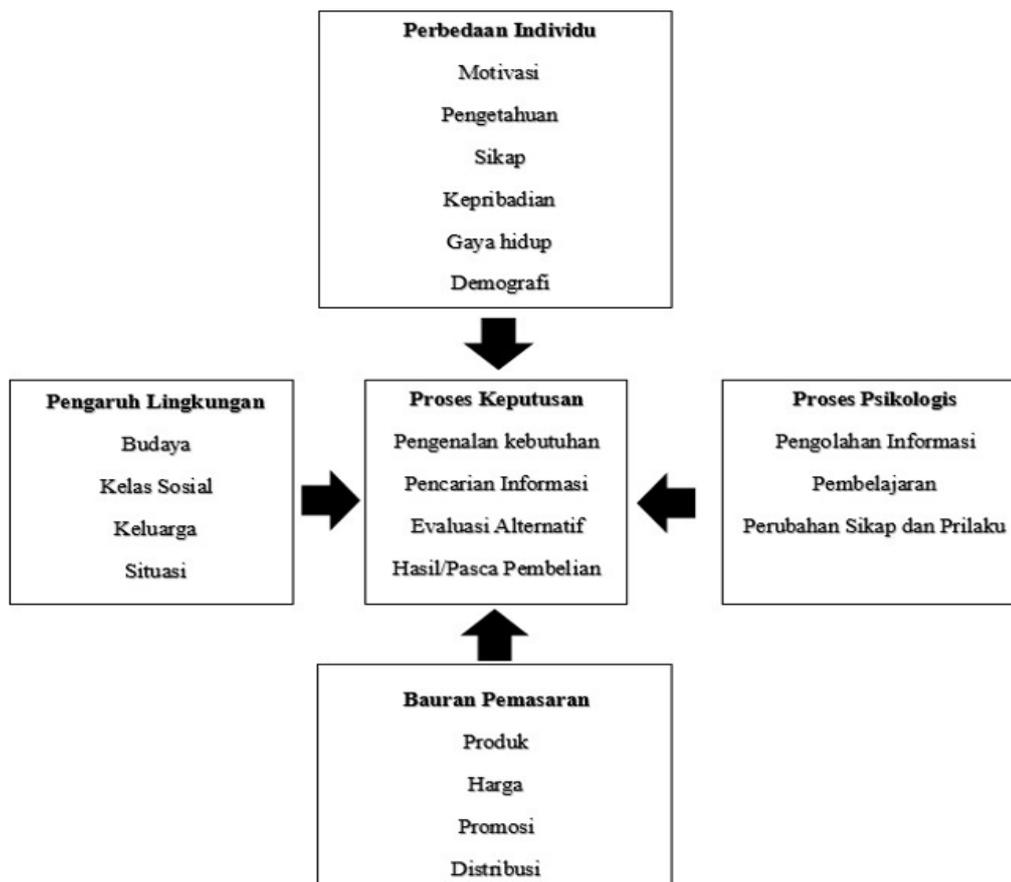
Tabel 2.1 Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen & Faktor yang Mempengaruhi

No	Variabel	Sub-Variabel	Defenisi Operasioanal
1	Faktor Lingkungan	Budaya	Budaya yang mencakup kebiasaan keseharian yang dilakukan oleh responden di rumah/lingkungan tempat mereka tinggal.
		Kelas Sosial	Kelas sosial yang membedakan apa yang dimiliki atau apa yang didapatkan responden.
		Keluarga	Aktivitas atau fasilitas yang bisa memfasilitasi kegiatan bersama keluarga yang mengutamakan kebersamaan.
		Situasi	Situasi yang dapat menciptakan rasa aman dan nyaman kepada semua responden.
2	Faktor Perbedaan Individu	Motivasi	Motivasi adalah 'alasan' yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seseorang individu.
		Pengetahuan	Pengetahuan merupakan informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki, yang lantas melekat di benak seorang individu.
		Sikap	Sikap adalah pernyataan evaluative terhadap objek, orang atau peristiwa. Hal ini mencerminkan perasaan seseorang terhadap sesuatu.
		Kepribadian	Kepribadian merupakan adalah keseluruhan cara seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu serta lingkungan sekitar.
		Gaya Hidup	Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya, bisa juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.
		Demografi	Demografi adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia yang meliputi ukuran, struktur, distribusi penduduk.
3	Faktor Proses Psikologis	Pengelolaan Informasi	Pengelolaan informasi menjamin adanya deskripsi yang jelas untuk mendapatkan dan menerima informasi.
		Pembelajaran	Pembelajaran merupakan bagi seseorang yang tidak memiliki pengetahuan dan pengalaman akan suatu hal, yang setelahnya akan memberikan pengetahuan baru.
		Perubahan sikap & Perilaku	Perubahan sikap dan perilaku merupakan perubahan-perubahan yang terjadi pada setiap individu dalam kehidupan social.

		<b>Sub-Variabel</b>	<b>Defenisi Operasioanal</b>
4	Faktor Bauran Pemasaran	Produk	Produk adalah barang atau jas yang dapat diperjual belikan. Produk juga merupakan apapun yang busa ditawarkan kesebuah pasar.
		Harga	Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uat atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jas bagi seseorang.
		Promosi	Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen membeli atau mengkonsumsinya.
		Distribusi	Distribusi adalah salah satu aspek pemasaran, yang dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penjualan dan kesan baik bagi produk.

Sumber: Engel et al, 1990

Model perilaku konsumen diatas dalam proses pengambilan keputusan, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya dapat dilihat pada gambar di bawah:



Gambar 2.12 Diagram Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya, (Engel et al, 1990, Gambar Ulang, 2020)

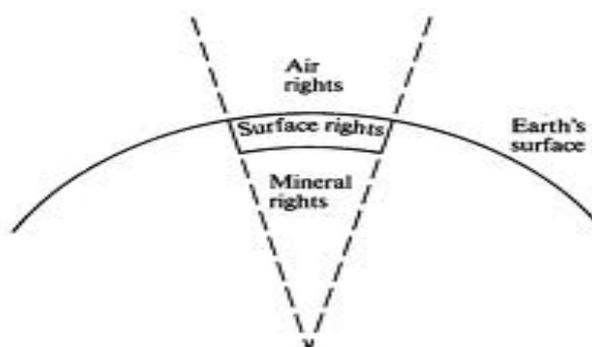
Pemahaman perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk tentunya dapat berpengaruh terhadap program pemasaran, termasuk pengembangan hotel. Hotel dituntut untuk memahami lebih jauh mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh pikiran, perilaku dan kejadian dimana nantinya dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka dalam memilih produk. Perilaku konsumen dapat menjadi dasar bagi para pengembang sebuah hotel dan menyusun segmentasi, pemasaran dan menyediakan sarana prasarana yang ada.

## 2.6 Harga Pasar (Konsep dan Teori Dasar Nilai Properti)

Unsur penting dalam penciptaan opini Nilai atas suatu aset yang berbasis pada bidang tanah adalah hubungan hukum atas kepemilikan tanah pada suatu real estate (Appraisal Institute, 2001 hal. 4).

### 2.6.1 Hak atas tanah pada pemahaman properti

Dalam ilmu ekonomi klasik, faktor produksi adalah alat untuk membentuk kekayaan negara meliputi: modal (*capital*), pekerja (*labor*) dan tanah (*land*). Dari ketiganya tanah menjadi faktor yang dominan untuk dimiliki dan dikuasai, karena manusia tidak mungkin membangun kehidupan tanpa didukung ketersediaan properti (*real property*) sebagai tempat bekerja. (Appraisal Institute, 2001). Menurut *Dictionary of Real Estate Terms* seperti pada gambar 2.13 adalah hak atas tanah adalah apa yang ada di atasnya dan penguasaan apa yang ada dibawahnya.



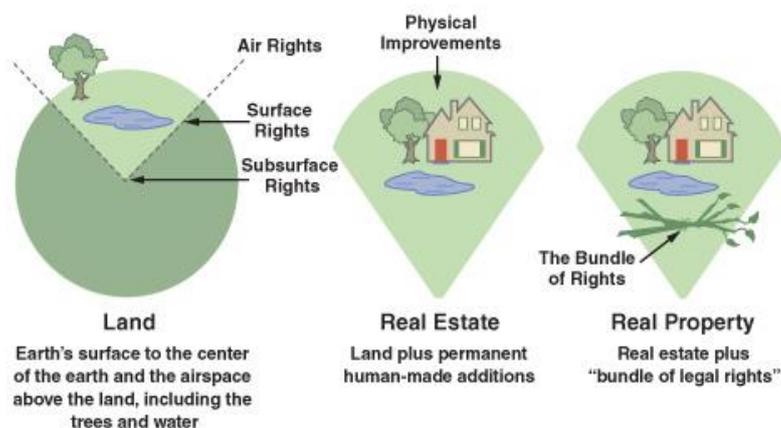
Gambar 2.13 *Dictionary of Real Estate Terms* (Appraisal Institute, 2001)

Sehingga dapat dikatakan pengertian properti tersebut sama dengan *Real Property* yaitu hak kepemilikan, yang memberikan hak kepada pemilik untuk suatu

kepentingan tertentu atau sejumlah kepentingan atas apa yang dimilikinya (KPUP-SPI, 2007).

## 2.6.2 Real Property dan Real Estate

*Real Property* kaitanya dengan *Real Estate* memiliki fungsi yang fundamental pada penilaian (Appraisal Institute, 2001:8). Perbedaan ini dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 2.14 Bundle of Rights (Appraisal Institute, 2001)

1. *Real Estate*: dirumuskan sebagai tanah secara fisik dan benda yang dibangun oleh manusia yang menjadi satu kesatuan dengan tanahnya. Real estate adalah benda fisik berwujud yang dapat dilihat dan disentuh, bersama-sama dengan segala sesuatu yang didirikan pada tanah yang bersangkutan, di atas atau di bawah tanah.
2. *Real Property*: Real Properti merupakan penguasaan yuridis atas tanah yang mencakup semua hak atas tanah (hubungan hukum dengan bidang tanah tertentu), semua kepentingan (*interest*) dan manfaat (*benefit*) yang berkaitan dengan real estate, real properti dibuktikan dengan bukti kepemilikan (sertifikat atau surat-surat lain) yang terpisah dari fisik real estate. Oleh karena itu, real properti adalah suatu konsep non fisik atau konsep hukum.

## 2.6.3 Nilai Pasar

Menghindari kekeliruan dalam penggunaan nilai, maka pada praktek penilaian, terminologi nilai diikuti dengan padanan keterangan lainnya yang

mengikat nilai itu diungkapkan. Secara garis besar pengelompokannya dapat dibagi dua yaitu:

1. Nilai Pasar: Adalah estimasi sejumlah uang pada tanggal penilaian, yang dapat diperoleh dari transaksi jual beli atau hasil penukaran suatu properti, antara pembeli yang berminat untuk membeli dengan penjual yang berminat menjual, dalam suatu transaksi bebas ikatan, yang pemasarannya dilakukan secara layak, dimana kedua pihak masing-masing bertindak atas dasar pemahaman yang dimilikinya, kehati-hatian dan tanpa paksaan (Appraisal Institute, 2001 hal. 22).
2. Nilai selain Nilai Pasar: Nilai Jual Paksa, Nilai Asuransi, Nilai dalam penggunaan, Nilai Sisa, Nilai Khusus, Nilai Bisnis yang berjalan, Nilai Investasi, Nilai Pasar untuk Penggunaan yang ada (Appraisal Institute, 2001 hal. 22). Sementara Nilai Pasar merupakan nilai yang bersifat fundamental dalam penilaian properti (Anastasia, 2012).

#### **2.6.4 Tingkat Hunian (Occupancy Rate)**

Menurut Damardjati dalam Anisa (2015) tingkat hunian kamar adalah kamar-kamar yang terisi yang disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang tersedia, yang diperhitungkan dalam jangka waktu harian, bulanan atau tahunan. Sebelum melihat tingkat hunian, peneliti harus melihat fasilitas yang disediakan dan nilai/harga pasar produk pada saat itu. Agar bisa dibandingkan dengan objek studi komparasi untuk melihat perbedaannya. Tahapan selanjutnya dengan itu peneliti dapat melihat tingkat hunian atau *occupancy rate* pada Hotel.

#### **2.7 Studi Terdahulu**

Pada sub-bab berikut ini akan membahas tentang studi-studi terdahulu terkait pengaruh konsep arsitektur Bioklimatik terhadap faktor preferensi konsumen pada hotel bintang 4. Baik itu dari konsep arsitektur Bioklimatik, dan dari faktor preferensi konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Dari penjelasan tabel studi terdahulu dapat ditarik kesimpulan, konsep arsitektur Bioklimatik sudah banyak yang menerapkannya pada berbagai fungsi bangunan yang ada di Indonesia. Dari penelitian-penelitian tersebut sudah

menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik dari berbagai fungsi bangunan seperti, bangunan sekolah, perpustakaan, universitas, dan bangunan lainnya. Namun dari penelitian tersebut penggunaan arsitektur Bioklimatik hanya sebagai konsep untuk mendesain sebuah bangunan. Sementara penelitian terkait preferensi konsumen adalah penelitian yang dilakukan oleh Mandasari (2017) yang melihat bagaimana fenomena ketertarikan manusia terhadap makhluk hidup lain dan alam menjadi dasar desain yang lebih natural yang biasa disebut dengan Biofilik. Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sitanggang (2017) yang melihat kegiatan *real estate development* seringkali membawa dampak berupa kerusakan lingkungan seperti menurunnya kapasitas ekologis di lokasi proyek dan sekitarnya, eksploitasi energi, dan emisi polutan yang berlebihan.

Dari dua penelitian sebelumnya yang sudah di uraikan diatas, penelitian-penelitian tersebut menggunakan konsep Arsitektur Berkelanjutan untuk menanggapi fenomena masalah kerusakan lingkungan yang terjadi pada saat ini. Konsep Arsitektur Berkelanjutan yang sudah diangkat yang berkaitan dengan preferensi adalah arsitektur Biofilia yang lebih fokus ke psikologis (Mandasari, 2017), dan pendekatan *Green Building* (Sitanggang, 2017) yang lebih kepada konsep efisiensi energi sebuah bangunan kantor. Konsep arsitektur yang belum diangkat adalah konsep arsitektur Bioklimatik, untuk itu peneliti melihat fenomena yang berkaitan dengan arsitektur Bioklimatik. Berikut adalah studi terdahulu yang sudah pernah diangkat:

Berikut studi-studi terdahulu terkait pengaruh konsep Arsitektur Bioklimatik terhadap faktor preferensi konsumen pada hotel bintang 4. Baik itu dari konsep Arsitektur Bioklimatik, dan dari faktor preferensi konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.2 Studi Terdahulu

No	Judul Penelitian	Pendahuluan	Pertanyaan Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1	<b>Bangunan Pendidikan</b> Fasad Bioklimatik pada Rancangan Perpustakaan Umum di Kedung Kandang Malang, (Amalia et al., 2014)	Amalia melihat fenomena secara umum iklim Kota Malang tergolong iklim dengan udara yang sejuk karena terletak cukup tinggi dengan suhu rata-rata 24,13°C, kelembaban udara rata-rata sekitar 72% serta curah hujan rata-rata 1.883 milimeter per tahun.	Bagaimana merancang bangunan yang tanggap terhadap iklim dengan memanfaatkan secara maksimal iklim kota serta mengoptimalkan hasil energi pasif pada bangunan?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsitektur Bioklimatik</li> <li>• Perpustakaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Literasi Teori Arsitektur Bioklimatik</li> <li>• Literasi Teori Perpustakaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada perspektif eksterior dapat ditunjukkan parameter yang paling mendasari ialah bukaan jendela, elemennya <i>aluminium sunscreen</i> dan bentuk <i>vertical landscape</i>.</li> <li>• Hasil insulasi memperlihatkan penurunan radiasi atau paparan panas pada dinding bangunan.</li> <li>• Hasil paparan membuktikan bahwa parameter desain dinding sebagai parameter utama keberhasilan bioklimatik pada bangunan perpustakaan ialah benar adanya.</li> </ul>
2	Implementasi Prinsip Desain Arsitektur Bioklimatik pada Bangunan Perpustakaan di Klaten, (Cahyaningrum et al., 2017)	Kondisi perpustakaan di Kota Klaten kurang mendukung kebutuhan informasi dikarenakan fasilitas yang tidak memadai. Kajian ini menerapkan kaidah arsitektur bioklimatik pada bangunan perpustakaan sebagai sarana edukatif yang nyaman dengan mempertimbangkan fenomena serta iklim tropis dari Kota Klaten	Bagaimana menerapkan kaidah arsitektur bioklimatik pada bangunan perpustakaan sebagai sarana edukatif yang nyaman dengan mempertimbangkan fenomena serta iklim tropis dari Kota Klaten?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsitektur Bioklimatik</li> <li>• Perpustakaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi Empiris</li> <li>• Literasi Teori Arsitektur Bioklimatik</li> <li>• Menguraikan Pendekatan Arsitektur Bioklimatik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghasilkan bangunan publik sarana edukatif yang nyaman, hemat energi, ramah lingkungan serta dapat mengoptimalkan keadaan iklim sekitar bangunan dengan fungsi sebagai pemenuh kebutuhan informasi.</li> <li>• Penerapan arsitektur bioklimatik sebagai strategi perancangan menjadi sangat tepat diterapkan dalam perancangan perpustakaan di Klaten agar memaksimalkan fungsi edukatif, nyaman dan rekreatif.</li> </ul>

No	Judul Penelitian	Pendahuluan	Pertanyaan Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
3	Penerapan Arsitektur Bioklimatik pada <i>Science Technology Park</i> Universitas Riau, (Arumsari et al., 2017)	Dalam penelitian ini, Taman Teknologi Sains dikembangkan di Universitas Riau sebagai fasilitas dengan menggunakan pendekatan Arsitektur Bioklimatik dalam menanggapi masalah efisiensi energi dan lingkungan dengan konsep <i>Hidden Science</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana menentukan fungsi dan fasilitas <i>Science Technology Park</i> yang dapat mewadahi kegiatan pengenalan terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi?</li> <li>• Bagaimana menerapkan prinsip-prinsip pendekatan Arsitektur Bioklimatik pada perancangan kawasan <i>Science Technology Park</i>?</li> <li>• Bagaimana menerapkan konsep pada perancangan kawasan <i>Science Technology Park</i>?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsitektur Bioklimatik</li> <li>• Bangunan Universitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paradigma Pospositivist</li> <li>• Analisis site</li> <li>• Analisis fungsi</li> <li>• Analisis ruang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menentukan fungsi <i>Science Technology Park</i> didapat dari kebutuhan masyarakat dan perencanaan oleh pihak Universitas Riau.</li> <li>• Menerapkan prinsip-prinsip Arsitektur Bioklimatik menurut Kenneth Yeang, (1996). Prinsip-prinsip tersebut diterapkan pada perancangan dengan menganalisa keadaan tapak maupun fungsi perancangan sebelumnya.</li> <li>• Konsep "<i>Hidden Science</i>" yang artinya "Ilmu yang Tersembunyi". Konsep ini ditransformasikan pada penataan massa dan lansekap dari perancangan <i>Science Technology Park</i>.</li> </ul>
4	Pendekatan Arsitektur Bioklimatik pada Konsep Bangunan Sekolah yang Hemat Energi, (Megawati & Akromusyuhada, 2018)	Megawati dan Akromusyuhada melihat <i>Bioclimatic architecture</i> adalah konsep terintegrasi dalam desain bangunan di mana struktur, ruang dan sistem konstruksi bangunan dapat menjamin kondisi nyaman bagi penghuni.	Bagaimana desain bangunan sekolah hemat energi dengan menerapkan konsep bangunan bioklimatik?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsitektur Bioklimatik</li> <li>• Bangunan Sekolah Menengah Umum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluasi pasca-huni (<i>Post Occupancy Evaluation</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk masa bangunan didesain untuk memaksimalkan potensi iklim terhadap tapak seperti matahari dan angin, sehingga mampu memaksimalkan energi alami dan meminimalisir penggunaan energi buatan.</li> <li>• Untuk perancangan bentuk bangunan dimaksimalkan kondisi tapak eksisting karena keterbatasan lahan yang tersedia. Penggunaan vegetasi sangat disarankan untuk meminimalisir kebisingan dan efek cahaya matahari yang berlebih.</li> </ul>

No	Judul Penelitian	Pendahuluan	Pertanyaan Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
5	<b>Bangunan Kantor</b> Pengaruh Pendekatan <i>Green Building</i> Terhadap Nilai Properti Perkantoran, (Sitanggang, 2017)	Penelitian yang dilakukan oleh Sitanggang yang melihat kegiatan <i>real estate development</i> seringkali membawa dampak berupa kerusakan lingkungan seperti menurunnya kapasitas ekologis di lokasi proyek dan sekitarnya, eksploitasi energi, dan emisi polutan yang berlebihan.	Bagaimana pengaruh pendekatan <i>green building</i> terhadap nilai properti perkantoran khususnya di Jakarta?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Green Building</i></li> <li>• Bangunan Kantor</li> <li>• Nilai Pasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendekatan Perbandingan Pasar (<i>Market Comparison Approach</i>)</li> </ul>	Bahwa penerapan pendekatan <i>green building</i> pada perkantoran di Jakarta dapat meningkatkan nilai properti terkait aspek kegunaan, kelangkaan, kebutuhan, dan <i>transferability</i> .
6	<b>Bangunan Komersial</b> Pendekatan Arsitektur Bioklimatik pada Bangunan Pesisir, (Dewangga & Setijanti, 2016)	Pada sebuah perancangan diperlukan adanya sebuah pendekatan desain untuk mempermudah melakukan eksplorasi bentuk. Hal ini juga berguna untuk dapat mempersempit konteks permasalahan desain dan juga memberikan batasan desain.	Dengan mengetahui kondisi iklim yang ada, maka pendekatan arsitektur apa yang dapat menyelesaikan berbagai permasalahan tersebut?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsitektur Bioklimatik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Literasi Teori Arsitektur Bioklimatik</li> <li>• Pendekatan desain Arsitektur Bioklimatik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendekatan bioklimatik yang digunakan menghasilkan desain yang merespon lahan yang berada di daerah tropis, khususnya di suhu yang lebih tinggi seperti daerah pesisir.</li> <li>• Dengan menggunakan prinsip-prinsip arsitektur bioklimatik, Ruang Transisional &amp; Desain Pada Dinding, Penentuan Orientasi &amp; Hubungan Dengan Landscape, dan Penggunaan Alat Pembayang Pasif.</li> </ul>
7	Biofilia Sebagai Faktor Preferensi konsumen dalam Memilih Produk, (Mandasari 2017)	Mandasari melihat bagaimana fenomena ketertarikan manusia terhadap makhluk hidup lain dan alam menjadi dasar desain yang lebih natural yang biasa disebut dengan Biofilik. Dalam penelitian ini objek studi yang di ambil adalah Condovilla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah condovilla termasuk ke dalam kategori desain biofilik?</li> <li>• Mencari tahu seberapa besar pengaruh kecenderungan pribadi untuk dekat dengan alam (biofilia) mempengaruhi keputusan pembelian condovilla?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsitektur Biofilik</li> <li>• Preferensi Konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode campuran</li> <li>• Strategi eksplanatoris sekuensial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat biofilia seseorang berpengaruh dalam keputusan pembelian, Condovilla merupakan salah satu hunian yang menerapkan pola desain biofilik.</li> <li>• Biofilia bukan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian condovilla karena ada faktor lainnya seperti harga, lokasi dan fisik bangunan.</li> </ul>

Sumber: Studi Terdahulu, 202

## 2.8 Sintesa Kajian Pustaka

Penggunaan teori arsitektur Bioklimatik dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan teori yang diungkapkan oleh Yeang, (1994). Elemen-elemennya adalah, penempatan core, menentukan orientasi, penempatan bukaan jendela, penggunaan balkon, membuat ruang transisi, desain pada dinding, hubungan terhadap lansekap, penggunaan alat pembayang pasif, dan yang terakhir penyekat panas pada lantai. Teori ini digunakan untuk membantu peneliti melihat apakah hotel menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik. Setelah mengetahui elemen-elemen arsitektur Bioklimatik, maka selanjutnya tinjauan teori tentang hotel. Penggunaan teori hotel berikut adalah untuk melihat klasifikasi hotel tersebut pada tahap awal penelitian. Hotel dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan teori yang diungkapkan oleh Hilal, (2011). Elemen-elemen yang ada dalam hotel adalah, klasifikasi hotel, jenis Hotel, dan elemen-elemen hotel bintang 4 menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel. Teori dan panduan ini membantu menghubungkan dan mengkategorikan elemen-elemen hotel bintang 4 yang masuk ke dalam teori arsitektur Bioklimatik.

Selanjutnya adalah teori preferensi konsumen terhadap konsep arsitektur Bioklimatik bertujuan untuk mengetahui minat konsumen akan konsep arsitektur Bioklimatik dalam penerapannya dalam bangunan hotel. Faktor preferensi konsumen, (Indarto, 2011). Elemen-elemen perilaku konsumen yang disampaikan oleh Mowen & Minor, (2002) adalah perilaku konsumen, perspektif pengambilan keputusan, perspektif pengaruh perilaku, dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Berikutnya setelah mendapatkan hasil apakah pengaruh konsep arsitektur Bioklimatik terhadap faktor preferensi konsumen dalam memilih produk dan hubungan antara kedua variabel, selanjutnya adalah apakah berpengaruh terhadap nilai pasar dari produk hotel yang dikomparasikan dengan hotel yang tidak menggunakan arsitektur Bioklimatik untuk melihat tingkat hunian (Appraisal Institute, 2001). Elemen-elemen nilai pasar ada konsep dan teori dasar nilai properti, nilai pasar, dan tingkat hunian. Teori ini akan membantu peneliti untuk menganalisis penggunaan teori arsitektur Bioklimatik yang ada pada hotel dan didukung dengan preferensi konsumen dapat meningkatkan *value* hotel yang akan

berdampak pada *income* dari hotel tersebut. Berikut adalah hasil sintesa kajian teori dan variabel yang akan digunakan:

Tabel 2.3 Sintesa Kajian Teori

Sumber	Aspek yang Terdapat dalam Teori Bioklimatik
(Yeang,1994)	Pengertian Arsitektur Bioklimatik Variabel Arsitektur Bioklimatik <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penempatan Core</li> <li>• Menentukan Orientasi</li> <li>• Penempatan Bukaannya Jendela</li> <li>• Penggunaan Balkon</li> <li>• Membuat Ruang Transisi</li> <li>• Desain Pada Dinding</li> <li>• Hubungan Terhadap Landscape</li> <li>• Menggunakan alat Pembayang Pasif</li> <li>• Penyekat Panas pada Lantai.</li> </ul>
Sumber	Aspek yang Terdapat dalam Teori Hotel
(HILAL, 2011)	Pengertian tentang hotel
Keputusan Dirjen Pariwisata No. 14/U/II/1988	Variabel Klasifikasi Hotel. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel bintang empat</li> </ul>
Mentri Perhubungan RI No.PM10/PW.301/phb-77	Variabel Jenis Htel <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Bisinis</li> </ul>
Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel	<b>Elemen-elemen Hotel Bintang 4</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bangunan</li> <li>• Penanda Arah (signage)</li> <li>• Taman atau Landscape</li> <li>• Parkir</li> <li>• Lobby</li> <li>• Front Office</li> <li>• Bussiness Center</li> <li>• Area Belanja (Shopping Arcade)</li> <li>• Lift</li> <li>• Toilet Umum</li> <li>• Koridor</li> <li>• Fasilitas Makan dan Minum</li> <li>• Room Service</li> <li>• Kamar Tamu</li> <li>• Kamar Mandi Tamu</li> <li>• Sarana Olahraga, Rekreasi dan Kebugaran</li> <li>• Ruang Rapat</li> <li>• Ruang Perjamuan/Function</li> <li>• Dapur</li> <li>• Ruang Karyawan</li> <li>• Kantor</li> <li>• Keamanan</li> <li>• Utilitas</li> <li>• Pengolahan Limbah</li> <li>• Perawatan dan Perbaikan Peralatan</li> </ul>

<b>Sumber</b>	<b>Aspek yang Terdapat dalam Teori Hotel</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor Depan</li> <li>• Tata Graha</li> <li>• Binatu</li> <li>• Pelayanan Restoran</li> <li>• Pelayanan Room Service</li> <li>• Pelayanan Ruang Rapat</li> <li>• Pelayanan Ruang Perjamuan</li> <li>• Pelayanan Bisnis</li> <li>• Pelayanan Olahraga</li> <li>• Pelayanan Keamanan</li> <li>• Pelayanan Kesehatan</li> <li>• Jam Operasional</li> <li>• Kemitraan dan Penggunaan</li> </ul>
<b>Sumber</b>	<b>Aspek yang Terdapat dalam Teori Preferensi Konsumen</b>
(Engel et. al., 1990)	<p>Pengertian Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan.</p> <p>Variabel Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor Lingkungan.</li> <li>• Faktor Perbedaan Individu.</li> <li>• Faktor Psikologis.</li> <li>• Faktor Bauran Pemasaran</li> </ul>
<b>Sumber</b>	<b>Aspek yang Terdapat dalam Teori Nilai Pasar</b>
(Appraisal Institute, 2001)	<p>Variabel Pasar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep dan Teori Dasar Nilai properti.</li> <li>• Nilai Pasar.</li> <li>• Tingkat Hunian.</li> </ul>

Sumber: Analisis Data Pribadi, 2020

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma & Rancangan Penelitian**

Menentukan paradigma penelitian merupakan langkah pertama dalam melakukan sebuah penelitian sebagai kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori (Guba, 1990). Penjabaran paradigma sebagai acuan yang melandasi tindakan sehari-hari maupun dalam keilmuan. Di dalam paradigma dijelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah serta kriteria pengujian sebagai landasan dasar untuk menjawab pertanyaan dari sebuah penelitian.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Paradigma *postpositivist*. Menurut Groat & Wang, (2013), *postpositivist* dicirikan oleh realita yang ada di luar, yang dapat sepenuhnya diketahui dalam beberapa tingkat “probabilitas”. Proses penelitian *postpositivisme* mengandaikan bahwa objektivitas adalah suatu tujuan yang mungkin tidak sama dengan apa yang ada/di lapangan (Groat & Wang, 2013). Sementara Creswell, (2013) juga menjelaskan bahwa problem yang dikaji oleh penelitian *postpositivism* mencerminkan adanya kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab yang mempengaruhi hasil akhir. Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivist* dikarenakan untuk menguji pengaruh penerapan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi konsumen dan nilai pasar.

Variabel tersebut akan digunakan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk (hotel) yang menggunakan konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel Novotel Suite Surabaya. Berikutnya akan dibahas satu persatu tentang sub-bab yang akan dibahas selanjutnya.

#### **3.2 Strategi Penelitian**

Strategi pada penelitian ini menggunakan *Combined Strategi*, antara *Case Study and Correlational*. *Combined Strategi* (strategi gabungan) merupakan salah satu pendekatan yang cenderung didasarkan pada paradigma pengetahuan

pragmatik yang di dalamnya meliputi (orientasi konsekuensi, orientasi masalah, dan pluralistik). Pendekatan ini menggunakan strategi penelitian yang melibatkan pengumpulan data baik secara simultan maupun secara sekuensial untuk memahami masalah penelitian sebaik-baiknya. Dan juga berorientasi pada tindakan dengan menggunakan baik metode kuantitatif maupun metode kualitatif dalam proses pelaksanaan suatu penelitian yang sama (Groat & Wang, 2013).

*Case Study* (studi kasus) merupakan suatu strategi riset, penelaahan empiris yang menyelidiki suatu gejala dalam latar kehidupan nyata (Robert Yin, 1995). Studi kasus dapat menggunakan bukti baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Dengan menggunakan *single and multiple case study*, penelitian dengan subjek tunggal memberikan kerangka kerja statistik untuk membuat inferensi dari data studi kasus kuantitatif ataupun kualitatif. *single case study* adalah penggunaan satu objek studi kasus dalam sebuah penelitian, sementara *multiple case study* menggunakan dua atau lebih objek studi kasus dalam sebuah penelitian yang dilakukan. Pada penelitian bangunan berkelanjutan lebih banyak berbasis kepada studi kasus. Jenis penelitian ini memberikan bukti dan akan meningkatkan tingkat kepercayaan para konsumen dalam pengambilan keputusan ketika membuat keputusan investasi pada sebuah produk properti.

*Correlational* (korelasi) merupakan strategi yang secara garis besar, berusaha untuk memperjelas pola hubungan antara dua atau lebih variabel, yaitu, faktor yang terlibat dalam keadaan yang diteliti sama, (Groat & Wang, 2013). Penelitian ini menggunakan *Combined Strategi*, antara *Case Study* dan *Correlational* dikarenakan untuk mengkomparasikan bangunan hotel yang menggunakan arsitektur Bioklimatik dan tidak menggunakan, maka dari itu penelitian menggunakan *multiple case study*. Dan menggunakan *Correlational* untuk mencari hubungan antara variabel preferensi konsumen.

Pada penelitian ini untuk teknik pengaplikasiannya menggunakan *A Two – Phase Design*. *A Two – Phase Design*, teknik yang melibatkan penggabungan dua atau lebih strategi dalam urutan fase yang berbeda. Keuntungan dari pendekatan tersebut adalah bahwa prosedur dan standar tertentu yang terkait dengan masing-masing strategi dapat disajikan secara lengkap dan jelas (Groat & Wang, 2013).

Penelitian ini menggunakan teknik *A Two – Phase Design*, karena bagaimana peneliti melakukan analisa dalam dua bagian/tahapan yang saling berkaitan.

Berikut adalah detail tahapan teknik *A Two – Phase Design* yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Pertama adalah untuk mengetahui seberapa besar hotel Novotel Suite menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik berdasarkan 9 elemen yang sesuai dengan teori Kenneth Yeang (1994). Hasilnya akan menentukan apakah objek studi kasus dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Tetapi tetap dengan memperhatikan kesesuaian elemen-elemen hotel bintang 4 menurut (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel).
2. Kedua adalah untuk mengetahui apakah penerapan konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel Novotel Suite akan mempengaruhi konsumen untuk menginap, dengan melihat tingkat Bioklimatik konsumen. Selanjutnya melihat faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen untuk menginap di bangunan hotel yang menerapkan arsitektur Bioklimatik. Serta menganalisis hubungan antar variabel preferensi konsumen. Dan bagaimana nilai pasar dari bangunan hotel yang menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik dengan melihat tingkat hunian (*Occupancy Rate*).

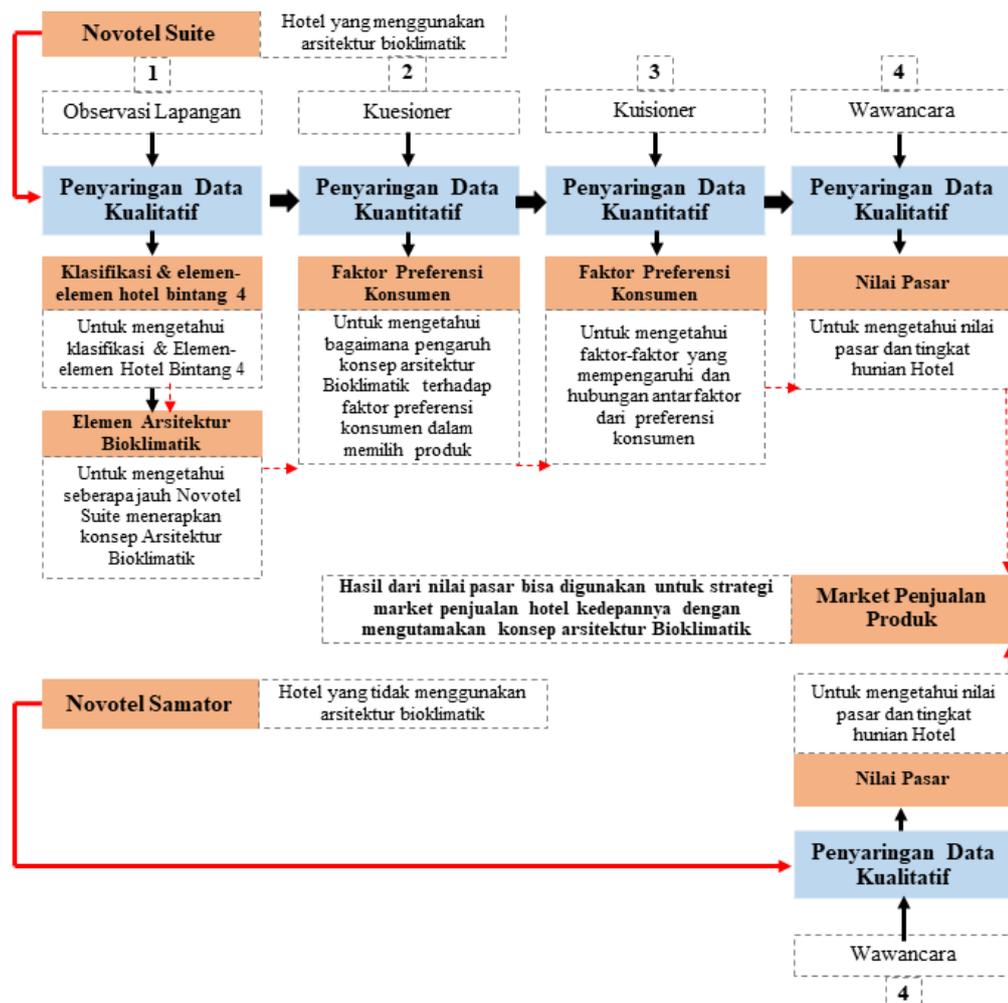
Selanjutnya adalah rancangan penelitian ini mengawali metode penelitian yang akan menjelaskan secara rinci mengenai bahan dan materi penelitian, alat-alat dan langkah-langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk sasaran satu, peneliti menggunakan strategi *single case study*. Variabel yang digunakan adalah variabel hotel, arsitektur Bioklimatik. Jenis dan sumber data yang digunakan baik primer maupun sekunder. Dalam teknik pengumpulan data pada variabel hotel dan variabel arsitektur Bioklimatik menggunakan observasi lapangan langsung ke objek studi

kasus. Selanjutnya data di analisis menggunakan metode analisis data kualitatif dan analisis data deskriptif kualitatif.

2. Untuk sasaran dua, peneliti menggunakan strategi penelitian *Correlational*. Variabel yang digunakan adalah variabel arsitektur Bioklimatik dan preferensi konsumen. Jenis dan sumber data yang digunakan baik primer maupun sekunder. Dalam teknik pengumpulan data konsumen peneliti menggunakan teknik kuisisioner yang disebarakan langsung kepada responden selama 2 hari. Selanjutnya data di analisis dengan metode analisis data kuantitatif dengan statistik deskriptif dan statistik inferensial untuk melihat hubungan dari data demografi responden dalam memilih menginap di hotel.
3. Untuk sasaran tiga, peneliti menggunakan strategi penelitian *Correlational*. Variabel yang digunakan adalah, arsitektur Bioklimatik, dan variabel preferensi konsumen. Jenis dan sumber data yang digunakan baik primer maupun sekunder. Dalam teknik pengumpulan data konsumen peneliti menggunakan teknik kuisisioner yang disebarakan langsung kepada responden selama 2 hari. Tahap selanjutnya data dianalisis menggunakan metode analisis data kuantitatif dengan statistik deskriptif dan statistik inferensial.
4. Untuk sasaran empat, peneliti menggunakan strategi penelitian *multiple case study*, karena menggunakan lebih dari satu objek studi kasus untuk di komparasikan. Variabel yang digunakan pada sasaran dua adalah variabel nilai pasar. Jenis dan sumber data yang digunakan baik primer maupun sekunder. Dalam teknik pengumpulan data pada variabel pasar adalah dengan wawancara kepada manajemen hotel. Karena pada saat pengambilan data wawancara terjadi kondisi pandemik covid-19 yang terjadi di seluruh Indonesia, termasuk Surabaya. Prosedur wawancara dilakukan menggunakan alat telekomunikasi. Selanjutnya data dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif.

Untuk proses teknik pengambilan data berdasarkan kebutuhan data dan hasil yang ingin dicapai dijelaskan dalam diagram berikut:



Gambar 3.1 Diagram langkah-langkah untuk memperoleh data (Data Pribadi, 2020)

### 3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

Menurut Sugiyono, (2018) variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Selanjutnya menurut Suharsimi Arikunto, (1998 hal. 99) variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu titik perhatian suatu penelitian. Dari beberapa pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut dan sifat atau nilai orang, faktor, perlakuan terhadap objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan Noor, (2011) definisi operasional adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat

kepada indikator dari suatu variabel/konsep. Setelah penjelasan variabel dan definisi operasional maka, variabel-variabel tersebut berasal dari kajian pustaka dan penelitian terdahulu, yang kemudian akan dirumuskan menjadi indikator-indikator yang ditanyakan pada kuisioner. Empat variabel besar yang akan di gunakan dalam penelitian ini yaitu, variabel Bioklimatik, variabel hotel, variabel preferensi konsumen, dan variabel nilai pasar yang di jelaskan pada lampiran 1. Variabel penelitian ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

### **3.3.1 Variabel Kontrol**

Variabel kontrol/kendali merupakan variabel yang di upayakan untuk dinetralisasi oleh peneliti dalam penelitian. Variabel Kontrol dalam penelitian ini adalah variabel Hotel. Variabel klasifikasi hotel bintang 4, (Bangunan, Penanda Arah (*signage*), Taman atau *Landscape*, Parkir, Lobby, Front Office, Bussiness Center, Area Belanja (Shopping Arcade), Lift, Toilet Umum, Koridor, Fasilitas Makan dan Minum, Room Service, Kamar Tamu, Kamar Mandi Tamu, Sarana Olahraga, Rekreasi dan Kebugaran, Ruang Rapat, Ruang Perjamuan/Function, Dapur, Ruang Karyawan, Kantor, Keamanan, Utilitas, Pengolahan Limbah, Perawatan dan Perbaikan Peralatan, Kantor Depan, Tata Graha, dan Binatu).

### **3.3.2 Variabel Bebas (Independence Variabel)**

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi hasil atau sasaran penelitian (variabel terikat), yaitu: Preferensi Konsumen (variabel lingkungan, perbedaan individu, proses psikologis, bauran pemasaran) dan Nilai Pasar (variabel *occupancy rate*).

### **3.3.3 Variabel Terikat (Dependent Variabel)**

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, yaitu: variabel arsitektur Bioklimatik (variabel penempatan core, menentukan orientasi, penempatan bukaan jendela, penggunaan balkon, membuat ruang transisi, desain pada dinding, hubungan terhadap *landscape*, menggunakan alat pembayang pasif, penyekat panas pada lantai).

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Noor, (2011) Populasi adalah seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian, sedangkan sampel merupakan sejumlah anggota yang terpilih dari populasi. Populasi biasanya sangat besar dan luas, maka cukup diambil sebagian saja untuk dapat diteliti sebagai sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penentuan responden adalah *Random Sampling*, Menurut Sugiyono, (2018) yaitu memilih sampel secara acak dan tidak memberikan peluang terhadap siapapun. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang akan menginap di hotel Novotel Surabaya baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

$$n = \left[ \frac{z^{1/2} \cdot \alpha}{E} \right]^2$$
$$n = \left[ \frac{1,96 \cdot 0,10}{0,20} \right]^2 = 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z ½ = Tabel distribusi normal sampel – 95%

α = kesalahan penarikan sampel – 10%

E = Error of Estimate (maksimum 20%)

Dalam penelitian ini, karena ukuran populasi tidak diketahui secara pasti. Untuk menentukan sampel tanpa diketahui populasi tidak dapat dengan menggunakan rumus diatas. Namun pada saat penelitian ukuran populasi langsung dibatasi jumlah responden menjadi 100 responden, karena menurut Sugiyono, (2018) syarat jumlah responden untuk kuisiner adalah berjumlah 30 responden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penentuan objek studi kasus adalah *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018).

### Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan dijadikan studi kasus dalam penelitian ini ada dua. Bangunan hotel yang menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik dan hotel yang tidak menerapkan arsitektur Bioklimatik. Berikut adalah objek studi kasus yang terpilih:

## 1. Bangunan Hotel dengan Konsep Arsitektur Bioklimatik

Objek penelitian yang dipilih untuk bangunan arsitektur Bioklimatik adalah bangunan hotel Novotel Suite Surabaya, karena dengan penggunaan teknik sampling *Purposive Sampling* dengan pertimbangan bangunan yang menggunakan konsep arsitektur Bioklimatik. Hotel Novotel Suite Surabaya berlokasi di Jl. Ngagel 173-175 60246 Surabaya.



Gambar 3.2 Peta Lokasi Hotel Novotel Suite Surabaya (Google Maps, 2019)

Hotel Novotel Suite, Surabaya Karya Duta Cermat Mandiri/DCM Budiman Hendropurnomo dirancang untuk menghidupkan pola arsitektur disekitarnya. Rancangan ditekankan pada ekspresi tampak muka bangunan. Geometri yang dihadirkan merupakan eklektisisme radikal atas pola rancangan bangunan disekitarnya, dengan transformasi bentuk geometri kedalam kaidah arsitektur modern (menonjol dengan geometri rasional pola a-b-c-b-a, serta *back lighting*). Ekspresi tampak muka tersebut juga menghadirkan metafora seperti susunan gunung (atau orang berbaris) agar lebih menyatu dengan lingkungan sekitar. Rancangan respons atas iklim dilakukan secara tradisional dengan melindungi bukaan (pintu dan jendela) dengan teritis lebar (dari elemen atap maupun beton) serta permainan bidang (bukaan pada bidang masuk). Arsitektur Tata udara (memperhatikan bukaan besar ditutup kaca) tampaknya menggunakan AC karena pertimbangan fungsi bagi kenyamanan penghuni hotel.

Dari penjelasan singkat mengenai konsep yang digunakan oleh Budiman Hendropurnomo yaitu penggunaan konsep Metafora susunan gunung untuk menunjukkan fasad yang menyatu dengan alam, dan sangat memperhatikan iklim

yang dilakukan secara tradisional seperti yang sebelumnya dijelaskan. Arah dari konsep perancangan yang digunakan terindikasi terdapatnya elemen-elemen arsitektur Bioklimatik pada bangunan hotel Novotel Suite tersebut. Dan beberapa artikel lainnya seperti *Interiorudayana in Uncategorized* (2014), juga mempunyai komentar yang sama tentang adanya konsep arsitektur Bioklimatik dalam hotel Novotel Suite. Jika kita kembali ke pengertian, Arsitektur Bioklimatik adalah seni merancang bangunan dengan metode hemat energi yang memperhatikan iklim setempat dan memecahkan masalah iklim dengan menerapkannya pada elemen bangunan (Yeang, 1994).

## 2. Bangunan Hotel Tanpa Konsep Arsitektur Bioklimatik

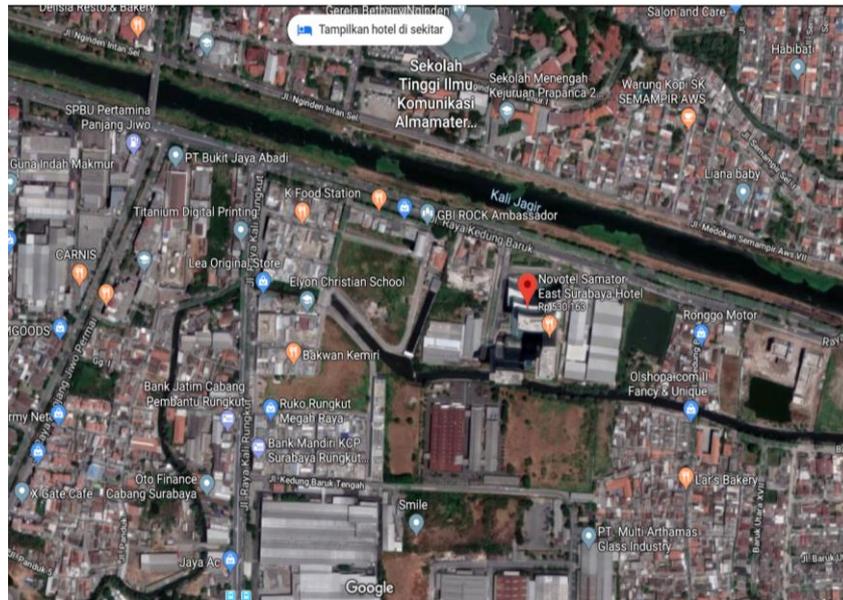
Objek penelitian yang dipilih untuk bangunan tanpa menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik terdapat beberapa sampel. Penggunaan teknik sampling *Purposive Sampling* dengan pertimbangan hotel yang berdekatan dengan *city center* (pusat bisnis) pada daerah Surabaya Timur yaitu kecamatan Rungkut. Berikut sampel hotel bisa di lihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Hotel Terdekat dari *City Center* (Pusat Bisnis)

No	Nama Hotel	Klasifikasi	Lokasi	Jarak dari <i>City Center</i>
1	Novotel Samator East	Hotel Bintang 4	Jl. Raya Kedungbaruk No.26-28, Surabaya	6,4 kilometer
2	The Alana Surabaya	Hotel Bintang 4	Jl. Ketintang Baru No. 10-12, Surabaya	11 kilometer
3	Midtwon Residence Surabaya	Hotel Bintang 4	Jl. Ngagel Raya no. 123, Surabaya	11,1 kilometer
4	Grand Darmo Suite	Hotel Bintang 4	Jl. Progo no. 1-3, Surabaya	11,9 kilometer
5	Mercure Grand Mirama Surabaya	Hotel Bintang 4	Jl. Raya Darmo No.68-78, Surabaya	13,7 kilometer
6	TS Suite Surabaya	Hotel Bintang 4	Jl. Hayam Wuruk no. 6, Surabaya	14,1 kilometer
7	Grand Dafam Signature	Hotel Bintang 4	Jl. Kayon No. 4-10, Surabaya	14,4 kilometer
8	Singgasana Hotel	Hotel Bintang 4	Jl. Gunungsari, Dukuh pakis, Surabaya	14,5 kilometer
9	Surabaya Suites Hotel	Hotel Bintang 4	Jl. Pemuda No.33-37, Surabaya	14,8 kilometer
10	Golden Tulip Legacy	Hotel Bintang 4	Jl. HR. Muhammad No.269, Surabaya	18,6 kilometer

Sumber: [www.tripadvisorindonesia.com](http://www.tripadvisorindonesia.com), 2019

Dari penjelasan tabel di atas objek studi kasus yang tidak menggunakan konsep arsitektur Bioklimatik yang terpilih dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah hotel Novotel Samator. Karena merupakan hotel dengan jarak terdekat ke lokasi pusat bisnis dan memiliki satu manajemen yang sama serta batasan di kecamatan Rungkut.



Gambar 3.3 Peta Lokasi Hotel Novotel Samator East (Google Maps, 2019)

Hotel Novotel Samator, Surabaya merupakan hotel yang terbilang baru saja buka di tahun 2018 dengan nuansa modern dan berkelas bernama Novotel Samator. Hotel modern bintang 4 dengan harga mulai dari Rp. 600.000 / malam. Dengan jaringan dari Novotel hotel yang berkembang dengan pesat. Novotel Samator Surabaya adalah hotel yang sangat megah dengan arsitektur gedung pencakar langit di lengkapi dengan fasilitas unggulan dari kolam renang, pusat gym dan kamar - kamar bersih, luas dan modern dengan pemandangan kota dan taman yang indah. Hotel bintang 4 yang berada di jalan Raya Kedungbaruk No. 26-28, Rungkut, 60298 Surabaya ini memiliki 261 kamar.

Berbeda dengan Novotel Suite yang menghidupkan pola arsitektur disekitarnya, desain dari Novotel Samator memang mengarah ke arah modern. Hal tersebut juga dikarenakan memang mulai dari 2012 manajemen Novotel (ACCOR) memiliki standart yaitu smart hotel dan modern untuk setiap hotel Novotel yang baru dibangun setelah tahun 2012.

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

Data digunakan untuk mendukung penelitian yang di lakukan terhadap objek penelitian yang dijadikan studi kasus. Data yang digunakan adalah data yang akurat dengan arah penelitian yang sudah ditetapkan sebelumnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pengumpulan data primer dan data skunder. Berikut adalah penjelasan lebih lengkap mengenai data primer dan sekunder yang digunakan.

#### 3.5.1 Data Primer

Data Primer merupakan sumber data utama yang di dapatkan dari hasil observasi langsung ke lokasi untuk melihat kondisi fisik eksisting bangunan di kawasan objek studi yang sudah ditentukan. Data primer ini berupa hasil wawancara langsung dari narasumber dan juga foto-foto dokumentasi lokasi dan kondisi bangunan yang diteliti (Noor, 2011).

#### 3.5.2 Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain di luar penelitian ini, seperti data dari penelitian terdahulu dalam bentuk tabel-tabel atau diagram atau data pendukung lainnya untuk mendukung informasi primer (Noor, 2011). Kebutuhan data yang diperlukan ini disusun berdasarkan variabel yang sudah ada untuk mempermudah kajian studi, setelah itu dilakukan analisis data untuk mendapatkan jawaban atas rumusan masalah sebelumnya.

Tabel 3.2 Kebutuhan Data Primer

No.	Jenis Data	Kegunaan Data	Sumber Data	Bentuk Data
1	Data mengenai lokasi dari objek penelitian	Gambaran umum dari objek penelitian	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observai lapangan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Catatan observasi lapangan</li></ul>
2	Data tentang kondisi fisik objek penelitian	Mengetahui penerapan elemen-elemen arsitektur bioklimatik	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observasi</li><li>• Wawancara dengan pemilik hotel</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Catatan observasi lapangan berupa foto</li><li>• Catatan hasil wawancara.</li></ul>

Sumber: Sintesa Kajian Teori dan Tinjauan Terdahulu, 2020

Tabel 3.3 Kebutuhan Data Skunder

No	Jenis Data	Kegunaan Data	Sumber Data	Bentuk Data
1	Data tentang keberadaan bangunan-bangunan yang menggunakan konsep arsitektur Bioklimatik dan yang tidak	Untuk mengetahui letak dan jumlah bangunan yang menggunakan arsitektur Bioklimatik dan yang tidak	Pusataka, jurnal, artikel, observasi lapangan	Artikel
2	Data tentang ukuran ruang dan bangunan yang akan di teliti	Untuk mengetahui dimensi bangunan dan ruang-ruang yang ada	Pemilik hotel/perancang	Blue print

Sumber: Sintesa Kajian Teori dan Tinjauan Terdahulu, 2020

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi lapangan, kuisisioner, dan wawancara terhadap pemilik hotel. Menurut Sugiyono, (2018) untuk memperoleh data primer, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), kuisisioner (angket), dan interview (wawancara), dan gabungan ketiganya. Sedangkan untuk memperoleh data sekunder dapat dilakukan dengan penelitian arsip (*archival research*) dan studi kepustakaan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi tiga, yaitu:

#### 3.6.1 Observasi Lapangan

Pengamatan dapat diklasifikasikan atas pengamatan langsung (partisipan) dan tidak berperan serta. Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan langsung terkait data primer yang dibutuhkan seperti visual bangunan dan ukuran bangunan. Untuk data sekunder yang diperlukan adalah *blue print* dari bangunan hotel. Tujuan dari observasi dalam penelitian ini adalah untuk dapat mendeskripsikan tentang arsitektur Bioklimatik pada hotel Novotel Suite. Untuk melihat seberapa jauh hotel Novotel Suite dalam penerapan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik yang nantinya berkaitan untuk perancangan kuisisioner.

### 3.6.2 Kuisisioner

Pada kuisisioner akan digunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok tentang kejadian atau gejala sosial yang ada. Pada skala ini akan digunakan lima pilihan yang mewakili tingkat persetujuan dari konsumen, yaitu: sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Untuk tahapan dan proses pembuatan kuisisioner adalah sebagai berikut:

1. Pertanyaan masih diturunkan langsung dari variabel asli preferensi konsumen, dan hal itu menjadi kelemahan bagi masyarakat umum untuk mudah mengerti isi dan maksud dari pertanyaan.
2. Variabel yang menjadi pertanyaan akhirnya disederhanakan menggunakan persamaan kata (sinonim) dari KBBI (kamus besar bahasa Indonesia). Untuk mempermudah masyarakat umum memahami isi pertanyaan.
3. Selanjutnya adalah memberikan kuisisioner yang sudah disederhanakan kepada sanak saudara terdekat sebagai masyarakat umum. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan apakah setelah disederhanakan mereka sudah mengerti maksud dari pertanyaan tersebut.
4. Setelah pertanyaan dari kuisisioner sudah dimengerti dan dipahami, kemudian kuisisioner siap untuk diberikan kepada responden hotel.
5. Survei utama dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi seluruh responden dan memberikan angket atau kuisisioner untuk diisi responden, kemudian responden mengisi jawaban pertanyaan dalam angket, dan akan dikumpulkan kembali setelah angket selesai diisi. Untuk teknik kuisisionernya dapat dengan penambahan visual dari apa yang dimaksud dengan arsitektur Bioklimatik dari data obeservasi lapangan yang sudah diperoleh. Hal tersebut untuk mempermudah pemahaman responden. Sementara teknik mendapatkan responden berada pada titik-titik potensial yang ada pada hotel Novotel, yaitu pada lobby, koridor/ruang transisi, dan area kolam/taman. Untuk kuisisioner ini adalah menjawab sasaran dua dan tiga.

### **3.6.3 Wawancara (*Interview*)**

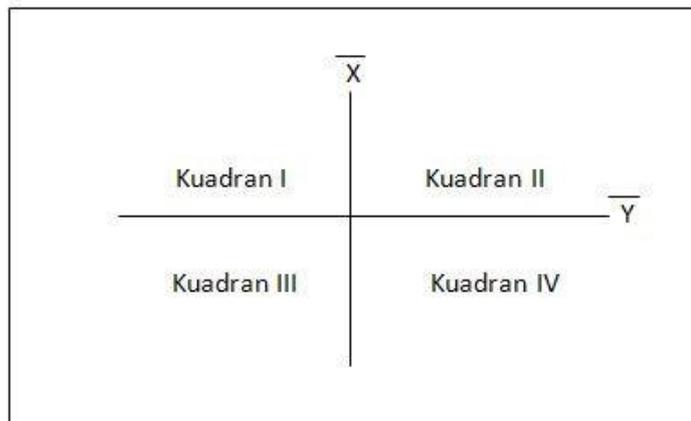
Dalam penelitian ini dilakukan wawancara secara tatap muka terhadap manajemen hotel tentang nilai pasar dari hotel tersebut yang dilihat dari tingkat hunian kamar hotel, baik yang menggunakan arsitektur Bioklimatik dan yang tidak menggunakan. Dalam hal ini data primer yang dibutuhkan adalah nilai pasar yang langsung didapatkan dari manajemen hotel, sementara untuk data sekunder bisa diperoleh dari jurnal ataupun dari dokumen lainnya.

### **3.7 Pengolahan dan Analisa Data**

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif, statistik inferensial, dan deskriptif kualitatif. Statistik deskriptif berguna untuk mendeskripsikan variabel penelitian yang diperoleh melalui hasil pengukuran, seperti: mengukur rata-rata (mean), standar deviasi, dan varians serta mendeskripsikan dalam bentuk tabel. Sedangkan statistik inferensial digunakan mencari faktor yang mempengaruhi dan hubungan (korelasi) antar variabel dan untuk menguji hipotesis dan membuat generalisasi (Sugiyono, 2018). Perhitungan statistik terhadap analisis korelasi parsial dilakukan dengan bantuan software SPSS. Terakhir adalah analisis deskriptif kualitatif berguna untuk mendeskripsikan hasil analisis dari hasil wawancara terhadap variabel pasar.

#### **3.7.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul secara apa adanya. Hasil yang didapat dari teknik ini berbentuk tabel distribusi frekuensi, persentase maupun perhitungan *mean*. Penelitian ini kemudian menggunakan cara deskripsi dengan menghitung frekuensi, mean dan standar deviasi masing-masing variabel. Selanjutnya nilai-nilai tersebut dipetakan kedalam diagram kartesius yang dibagi menjadi empat kuadran yang berbeda. Sehingga dapat diketahui variabel-variabel yang menempati masing-masing kuadran tersebut. Diagram/pemetaan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.4 Diagram Kartesius Mean-Standar Deviasi, (Malholtra, 2009; Gambar Ulang, 2020)

Pembacaan pemetaan yang dilakukan seperti gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I - Nilai mean besar, nilai standar deviasi kecil

Faktor yang berada dalam kuadran I diletakan pada urutan pertama karena nilai mean yang tinggi berarti sebagian besar responden memberikan skor yang tinggi terhadap faktor tersebut, sedangkan nilai standar deviasi yang kecil berarti sebagian besar responden sepakat terhadap jawaban tersebut.

2. Kuadran II - Nilai mean besar, nilai standar deviasi besar

Faktor yang berada dalam kuadran II diletakan pada urutan kedua karena nilai mean yang tinggi berarti sebagian besar responden memberikan skor yang tinggi terhadap faktor tersebut, sedangkan nilai standar deviasi yang besar berarti sebagian besar responden kurang sepakat terhadap jawaban tersebut.

3. Kuadran III - Nilai mean kecil, nilai standar deviasi besar

Faktor yang berada dalam kuadran III diletakan pada urutan ketiga karena nilai mean yang rendah berarti sebagian besar responden memberikan skor yang rendah terhadap faktor tersebut, sedangkan nilai standar deviasi yang besar berarti sebagian besar responden kurang sepakat terhadap jawaban tersebut.

4. Kuadran IV - Nilai mean kecil, nilai standar deviasi kecil

Faktor yang berada dalam kuadran IV diletakan pada urutan keempat karena nilai mean yang rendah berarti sebagian besar responden memberikan skor yang rendah terhadap faktor tersebut, sedangkan nilai standar deviasi yang besar berarti sebagian besar responden sepakat terhadap jawaban tersebut.

Beberapa tahapan dalam analisisnya adalah sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif menggunakan Frekuensi

Frekuensi merupakan hitungan secara matematis yang bertujuan untuk menghitung jumlah respon yang diasosiasikan dengan berbagai nilai yang telah ditentukan dan diekspresikan dalam persentase (Malhotra, 2009 hal. 444). Analisis frekuensi dalam penelitian ini digunakan untuk melihat komposisi dari demografi responden. Demografi responden diukur berdasarkan keseluruhan data yang didapat mengenai responden, atau berdasarkan responden yang telah dipilih tergantung dari komposisi demografi.

b. Analisis Deskriptif menggunakan *Mean-standar deviasi*

*Mean* atau nilai rata-rata merupakan cara yang umum untuk mengukur *central tendency* (Malhotra, 2009 hal. 446). Pada penelitian ini, analisis *mean* digunakan untuk mengukur kecenderungan responden terhadap faktor preferensi dari elemen-elemen arsitektur bioklimatik.

### 3.7.2 Statistik Inferensial

Analisa statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasil tersebut diberlakukan untuk populasi, pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara random, dari segi defenisi, statistik inferensial digunakan untuk menguji taraf signifikansi misalnya uji analisis faktor. Metode analisis faktor adalah metode *statistic multivariate* yang bertujuan menganalisa varian maksimum dan menghasilkan korelasi dari serangkaian variabel. Analisis faktor juga digunakan untuk mereduksi variabel yang banyak menjadi beberapa variabel tertentu yang memiliki pengaruh dominan, dimana nantinya variabel tersebut direpresentasikan sebagai faktor pengaruh. Selain itu analisis faktor adalah suatu metode untuk menganalisis sejumlah observasi, dipandang dari sisi interkorelasinya untuk mendapatkan apakah variasi-variasi yang

nampak dalam observasi itu mungkin berdasarkan atas sejumlah kategori dasar yang jumlahnya lebih sedikit dari yang nampak (Fruchter, 1954).

### 1. Validitas Instrumen

Validnya sebuah instrument diukur dengan kemampuannya dalam mengukur apa yang diinginkan. Untuk memperoleh instrument yang valid, peneliti memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator kemudian menyusun instrument tersebut kedalam kuisisioner (Arikunto, 1993). Untuk menguji validitas tiap butir instrument, maka skor yang telah didapatkan dari responden dikorelasikan dengan skor total. Proses pengujian validitas ini menggunakan uji korelasi *Person Product Moment*.

### 2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto, 1993). Dalam penelitian ini akan digunakan uji reliabilitas internal dimana menganalisis hanya dengan sekali pengesanan. Rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach's Alpha* (Lupiyoadi, 2001). Jika nilai *alpha*  $>0,7$  artinya adalah reliabilitas mencukupi, sementara jika *alpha*  $>0,80$  menunjukkan bahwa seluruh item reliabel dan seluruh tes secara internal memiliki reliabilitas yang kuat. Pemaknaan nilai secara detail adalah jika *alpha*  $>0,90$  maka reliabilitas sempurna, jika *alpha* antara  $0,70-0,90$  maka reliabilitas tinggi, jika *alpha* antara  $0,50-0,70$  maka reliabilitas moderat, dan jika *alpha*  $<0,50$  maka reliabilitas rendah.

### 3. Analisis Faktor

Setelah dilakukan tahap analisis data uji reliabilitas dan validitas, selanjutnya analisis faktor dilaksanakan dengan metode ekstraksi "*principal component analysis*" dan metode rotasi "*Varimax with Kaiser Normalization*" menggunakan hasil matriks korelasi setelah ekstraksi dan rotasi dilakukan analisis hubungan dan bentuk hubungan korelasional antara karakteristik dan atribut yang digambarkan dalam bentuk diagram jalur

sebagai hasil analisis faktor eksploratori. Tahapan-tahapan yang akan dilakukan dijelaskan sebagai berikut:

a. *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO)  $> 0,5$

Uji KMO merupakan cara untuk menunjukkan tingkat kelayakan suatu analisis faktor. Hal ini ditunjukkan dengan nilai indeksinya, bila didapati nilai indeks tinggi ( $> 0,5 - 1$ ) maka analisis faktor dapat dijadikan sebagai alat analisis.

b. *Anti-image Correlation*

Untuk menentukan apakah setiap item/variabel layak dianalisis dapat dilihat dalam matriks *anti-image correlation* (Ihsan, 2009). Item yang memiliki nilai  $\geq 0,5$  bisa dilanjutkan untuk analisis selanjutnya, sedangkan nilai  $< 0,5$  harus dibuang dari analisis dan harus dilakukan kembali uji KMO-MSA.

c. Ekstraksi faktor

Melakukan ekstraksi faktor terhadap sekumpulan butir pernyataan atau faktor yang memiliki KMO-MSA  $\geq 0,5$  sehingga terbentuk satu atau lebih komponen inti atau variabel. Metode yang akan digunakan pada ekstraksi ini adalah *Principal Component Analysis* yang akan menghasilkan nilai *Initial Eigenvalue*. Komponen yang memiliki nilai *Initial Eigenvalue*  $> 1,000$  mengidentifikasi jumlah faktor yang terbentuk.

d. Rotasi faktor

Rotasi diperlukan untuk memperjelas variabel mana yang merupakan anggota dari faktor. Rotasi faktor yang dipergunakan adalah rotasi varimax. Nilai terbesar pada tiap-tiap variabel yang tertera di tabel mengidentifikasi bahwa variabel tersebut masuk ke dalam kolom faktornya.

e. *Component Transformation Matrix*

Untuk menguji arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, menggunakan analisis *Component Transformation* Mrumus yang digunakan adalah korelasi *Product Moment*. Interpretasi nilai koefisien korelasi dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut.

- 1) Jika nilai koefisien korelasi positif, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah hubungan yang searah, dengan kata lain meningkatnya variabel bebas maka meningkat pula variabel terikat.
  - 2) Jika nilai koefisien korelasi negatif, maka ada hubungan berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan kata lain meningkatnya variabel bebas maka diikuti dengan menurunnya variabel terikat.
- f. Penamaan Faktor
- Setelah terbentuk kelompok-kelompok faktor dan variabel didalamnya, perlu dilakukan penamaan faktor sesuai dengan variabel yang terdapat didalam setiap kelompok.

### **3.7.3 Analisis Deskriptif Kualitatif**

Analisa ini dilakukan terhadap kelompok data hasil observasi dan data hasil wawancara (Sugiyono, 2018). Analisis deskriptif ini dilakukan terhadap satu variabel, yaitu variabel nilai pasar. Proses penilaian adalah prosedur sistematis yang menjadi dasar bagi penilai properti untuk memberi jawaban terhadap harga pasar suatu properti. Tahapan proses penilain meliputi proses pendefinisian masalah, penentuan lingkup penilaian, pengumpulan data, analisis, penggunaan pendekatan penilaian dan penentuan nilai serta penyusunan laporan penilaian. Untuk estimasi Harga Pasar pengguna data yang sesuai dengan metode pendekatan penilaian adalah dengan teknik perbandingan data pasar (*sales comparison*), merupakan perbandingan langsung dari properti yang dinilai dengan properti yang sejenis dan sebanding.

### **3.8 Diskusi dan Pembahasan**

Setelah menemukan faktor-faktor bersama yang baru kemudian dilakukan diskusi dan pembahasan mengenai penamaan faktor ataupun variabel yang digunakan pada bab pembahasan nantinya. Penamaan dilakukan dengan mengaitkan faktor kembali kepada teori untuk mendapatkan konsep nama baru yang benar-benar sesuai.

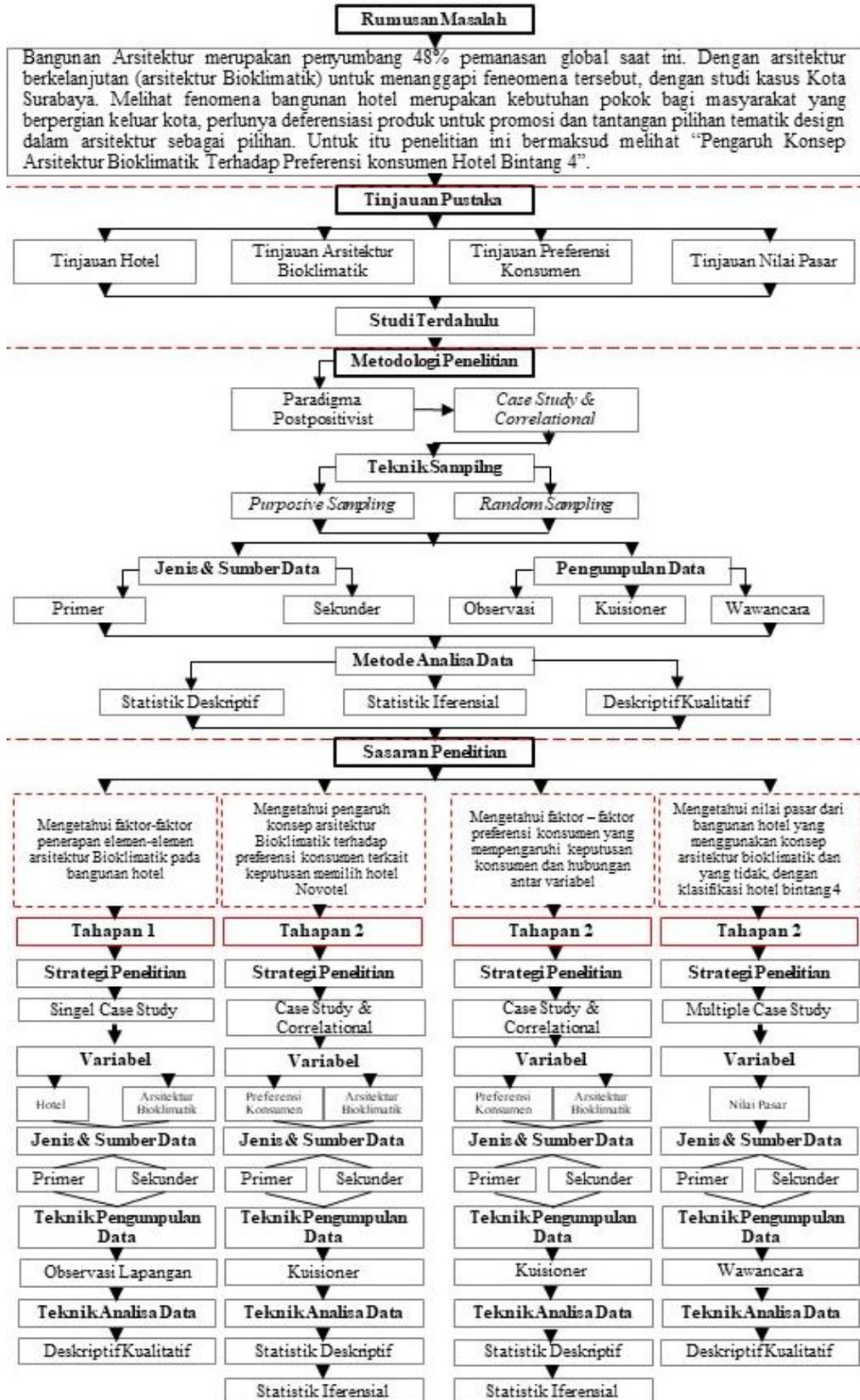
### **3.9 Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan berisi bagaimana menentukan jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan sebelumnya sesuai dengan hasil analisa yang didapat dari hasil pada bab pembahasan nanti. Hasil tersebut diharapkan menjawab pertanyaan penelitian dan mendekati hipotesa yang dibuat. Kesimpulan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi teoritis dan praktisi.

### **Skema Penelitian**

Skema penelitian dibuat untuk memperjelas tahapan-tahapan yang dilakukan peneliti mulai dari rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan metodologi penelitian. Pertama menentukan batasan-batasan pustaka untuk memperoleh variabel awal dalam penelitian ini. Kedua menentukan strategi dan taktik yang akan digunakan baik dalam pengumpulan data maupun analisis data yang sudah di peroleh. Tahapan awal dalam memperoleh variabel yang dinilai sesuai yang sudah dilakukan pada sub-bab 3.3 (variabel penelitian & defenisi operasional) untuk mendapatkan variabel kunci. Setelah itu melihat penerapan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik pada bangunan hotel dengan teknik observasi lapangan, terkait data yang dibutuhkan dalam survei utama. Dan selanjutnya masuk ke tahap analisa data yang akan melalui dua tahapan sesuai analisa yang dilakukan dalam dua bagian/tahap yang saling berkaitan dengan teknik aplikasi *A-Two phase design*. Skema Penelitiannya adalah sebagai berikut:

## Skema Penelitian



Gambar 3.5. Diagram Skema Penelitian (Data Pribadi, 2020)

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## **BAB IV**

### **PENERAPAN KONSEP ARSITEKTUR BIOKLIMATIK PADA NOVOTEL SUITE SURABAYA**

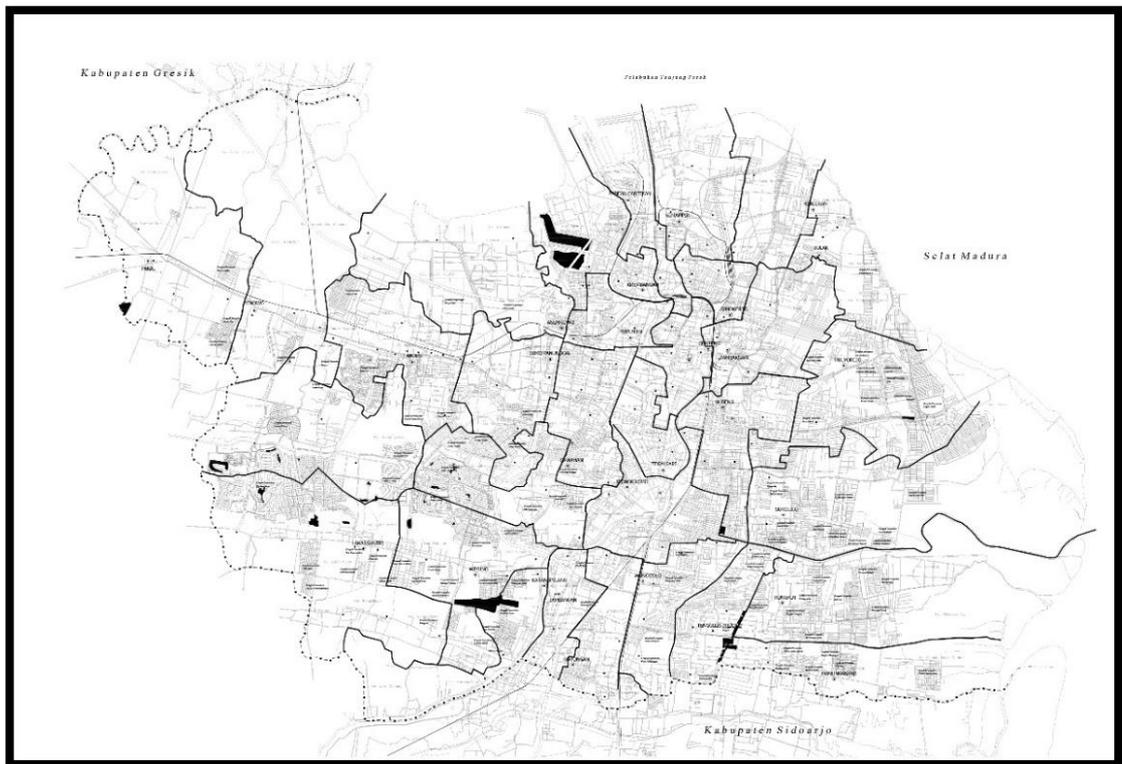
Pada bab ini, akan membahas mengenai tahapan pertama dari teknik aplikasi *A-Two phase design* dalam penelitian. Tahapan pertama dari dua tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu membahas studi kasus yang dipilih. Selanjutnya analisis untuk menjawab sasaran satu, yaitu mengetahui seberapa besar penerapan konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel Novotel Suite. Sedangkan untuk menjawab sasaran dua, tiga, dan empat akan dijelaskan pada tahapan kedua di bab selanjutnya.

#### **4.1 Gambaran Umum Studi Kasus**

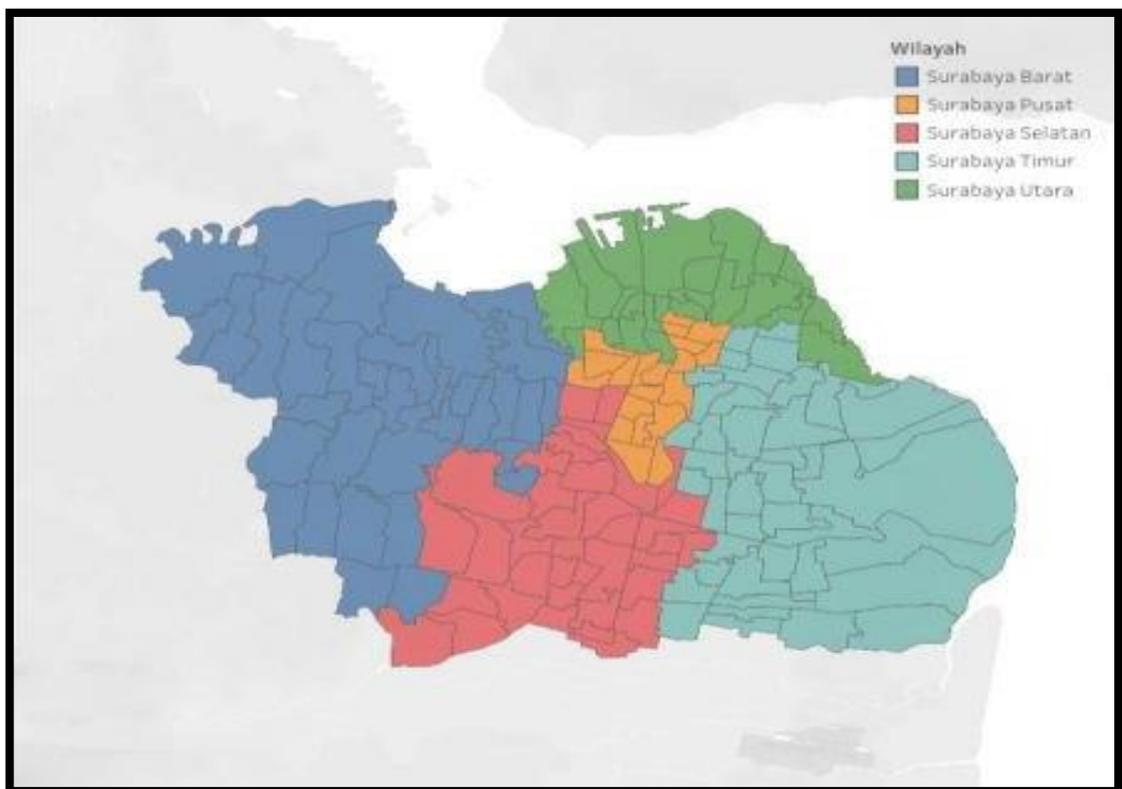
Pada sub-bab ini, akan membahas mengenai gambaran umum objek studi kasus hotel Novotel Suite Surabaya. Terdapat pembahasan lokasi lengkap dari hotel Novotel Suite dan penjelasan mengenai hotel itu sendiri.

##### **4.1.1 Lokasi Studi**

Lokasi studi atau objek penelitian ini berada di Kota Surabaya, Jawa Timur. Secara geografis letak Kota Surabaya berada pada 07 derajat 9 menit -07 derajat 21 menit Lintang Selatan dan 112 derajat 36 menit sampai 112 derajat 54 menit bujur timur. Luas wilayah daratan Kota Surabaya seluas 350,54 kilo meter persegi dan luas lautan sebesar 190,39 kilo meter persegi. Sementara itu akan dibahas mengenai keadaan geologi, topografi dan juga iklim di Kota Surabaya. Kota Surabaya dibagi menjadi lima wilayah besar, yaitu Surabaya Pusat, Surabaya Timur, Surabaya Barat, Surabaya Utara dan Surabaya Selatan yg dijelaskan pada gambar 4.1 dan 4.2:

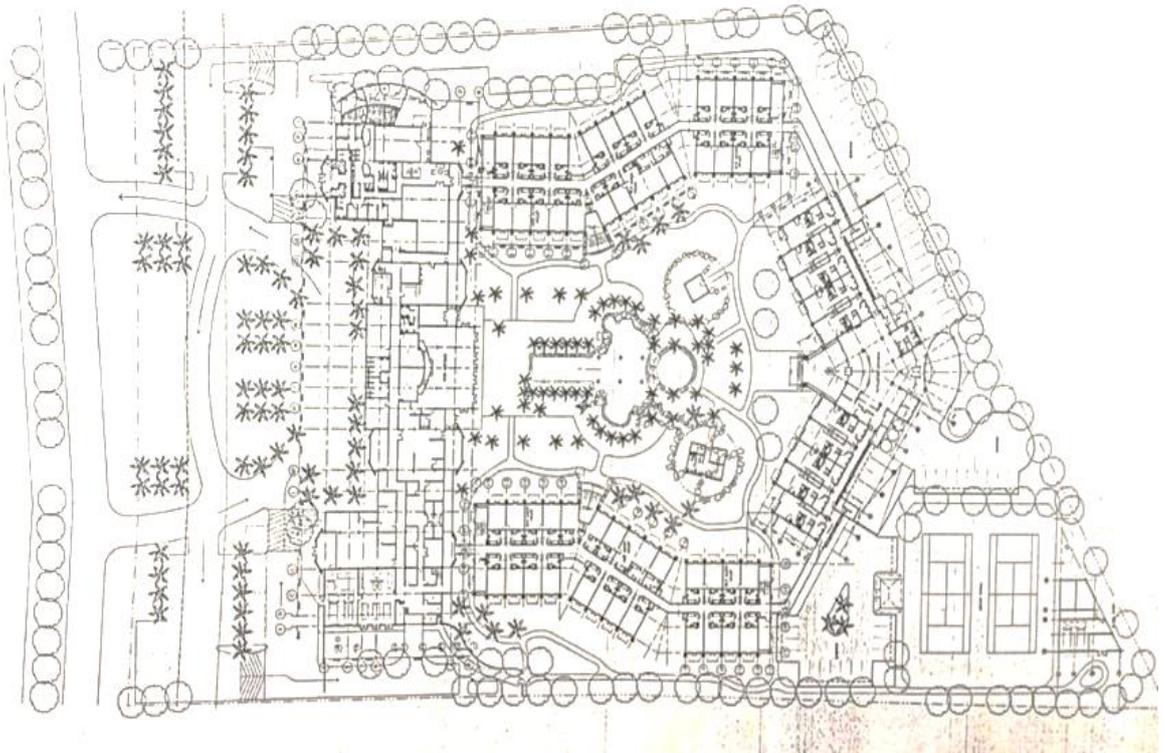


Gambar 4.1. Peta Surabaya (Dinas Pekerjaan Umum, 2020)



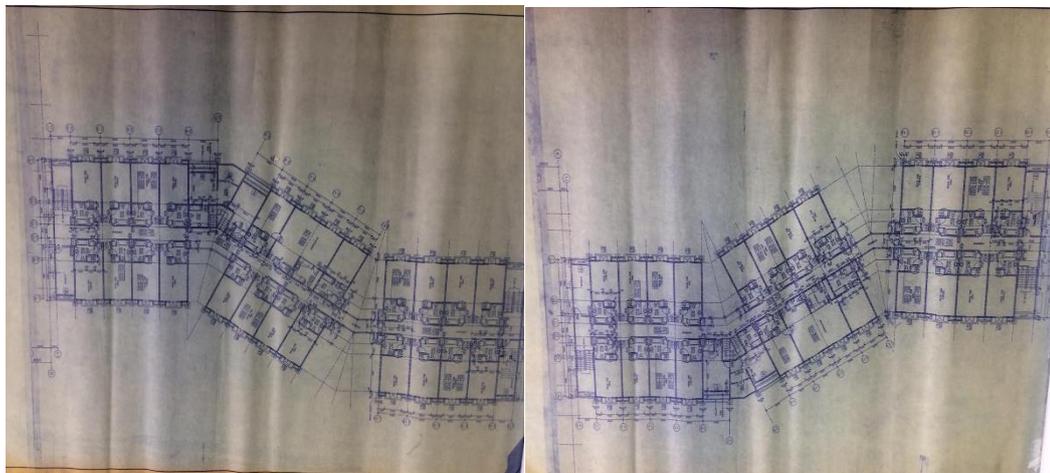
Gambar 4.2 Peta Pembagian Wilayah Kota Surabaya (Dinas Pekerjaan Umum, 2020)



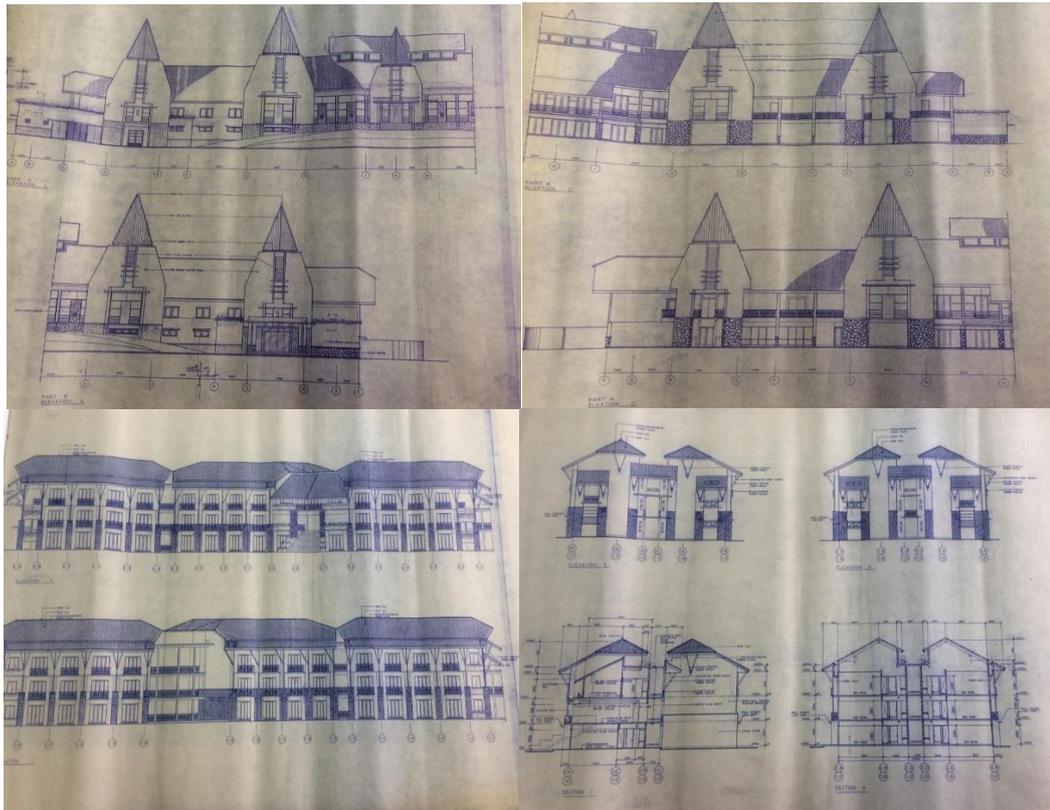


Gambar 4.4. Site Plan (Hotel Novotel Suite, 2020)

Hotel Novotel Suite terbagi atas dua masa bangunan yaitu di area depan dengan bangunan terdiri atas tiga lantai. Pada bangunan tiga lantai ini terdapat fungsi-fungsi utama dari hotel, seperti *receptionist*, *restaurant*, *fitness center*, kantor staff, ruang *meeting*, ruang seminar, kamar hotel, dan beberapa fungsi utama lainnya. Berikut adalah gambar denah dan tampak dari bangunan tiga lantai pada hotel Novotel.

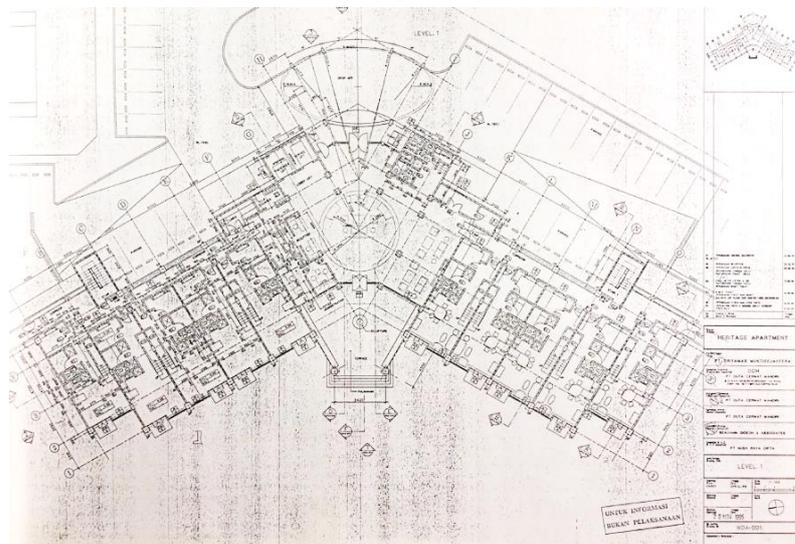


Gambar 4.5. Denah Bangunan 3 Lantai (Hotel Novotel Suite, 2020)

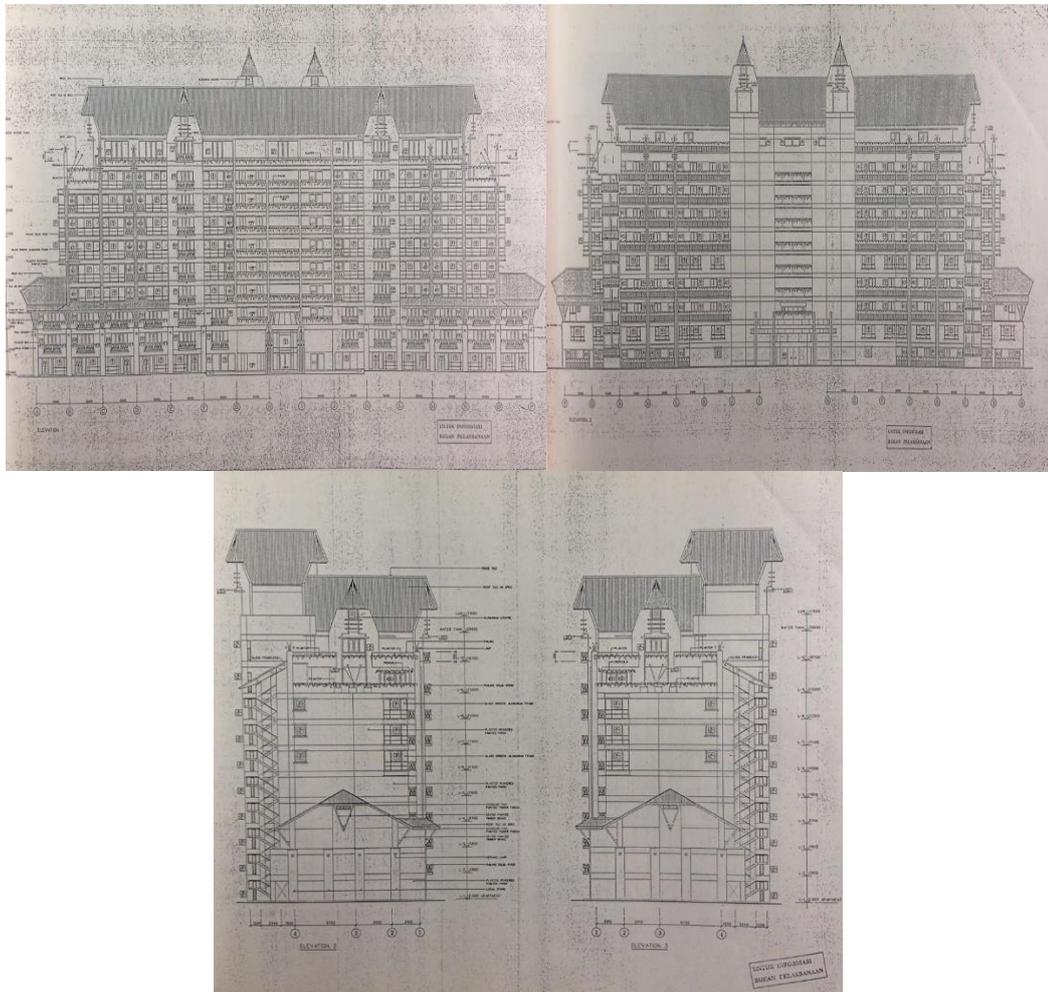


Gambar 4.6. Tampak Bangunan 3 Lantai (Hotel Novotel Suite, 2020)

Selanjutnya pada area belakang hotel Novotel Suite terdapat bangunan yang terdiri dari 10 lantai. Pada bangunan hotel ini terdiri dari beberapa fungsi hotel, yaitu core pusat, area *meeting* pada lantai 9, dan sisa fungsi ruang lainnya digunakan sebagai kamar hotel. Berikut adalah gambar denah dan tampak dari bangunan 10 lantai pada hotel Novotel.



Gambar 4.7. Denah Bangunan 10 Lantai (Hotel Novotel Suite, 2020)



Gambar 4.8. Tampak Bangunan 3 Lantai (Hotel Novotel, 2020)

Hotel Novotel Surabaya karya Duta Cermat Mandiri/DCM Budiman Hendropurnomo dirancang untuk menghidupkan pola arsitektur disekitarnya. Rancangan ditekankan pada ekspresi tampak muka bangunan. Geometri yang dihadirkan merupakan eklektisisme radikal atas pola rancangan bangunan disekitarnya, dengan transformasi bentuk geometri kedalam kaidah arsitektur modern (menonjol dengan geometri rasional pola a-b-c-b-a, serta *back lighting*). Ekspresi tampak muka tersebut juga menghadirkan metafora seperti susunan gunung (atau orang berbaris) agar lebih menyatu dengan lingkungan sekitar. Rancangan respons atas iklim dilakukan secara tradisional dengan melindungi bukaan (pintu dan jendela) dengan teritis lebar (dari elemen maupun beton) serta permainan bidang (bukaan pada bidang masuk).



Gambar 4.9. View Panorama area depan (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Untuk area dalam hotel hampir seluruh bangunan di lingkupi oleh *landscape* atau taman. Hal tersebut menjadikan suasana pada hotel sangat dekat dengan alam dan lingkungan sekitar. Dari penjelasan singkat tentang konsep yang digunakan oleh Budiman Hendropurnomo seperti menggunakan konsep metafora susunan gunung yang menginginkan fasad yang menyatu dengan alam. Serta sangat memperhatikan iklim yang dilakukan secara tradisional seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Arah dari konsep perancangan yang digunakan terindikasi terdapatnya elemen-elemen arsitektur Bioklimatik pada bangunan hotel tersebut.



Gambar 4.10. Tampak Depan (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Jika kita kembali ke pengertian Arsitektur Bioklimatik adalah seni merancang bangunan dengan metode hemat energi yang memperhatikan iklim setempat dan memecahkan masalah iklim dengan menerapkannya pada elemen bangunan (Yeang, 1994).

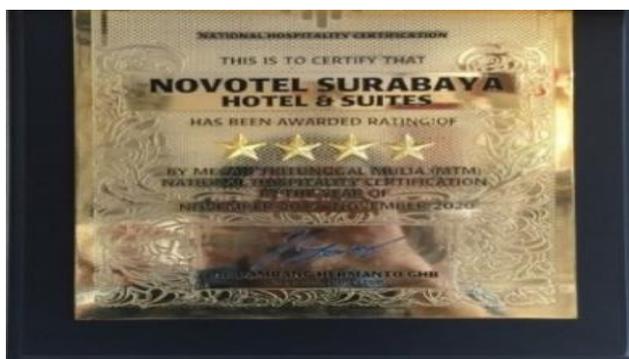
Pada sub-bab selanjutnya, peneliti akan membahas hasil observasi lapangan dari: 1) Evaluasi elemen-elemen arsitektur Hotel bintang 4, dan 2) Evaluasi elemen – elemen konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel Novotel Suite.

#### 4.2 Evaluasi Elemen-Elemen Arsitektur Hotel Bintang 4 Novotel Suite

Berikut adalah pembahasan dan analisis dari data yang sudah didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan teknik observasi lapangan untuk variabel elemen-elemen hotel Bintang 4, menurut keputusan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel.

##### 4.2.1 Analisis Elemen-Elemen Arsitektur Hotel Bintang 4 Novotel Suite

Berdasarkan keputusan Dirjen Pariwisata No. 14/U/II/1988, tentang usaha dan pengelolaan Hotel menjelaskan bahwa klasifikasi hotel menggunakan sistem bintang. Dan hasil observasi klasifikasi hotel Novotel Suite adalah Bintang 4 yang masuk kedalam Hotel Resort dan Bisnis berdasarkan hasil data penghargaan (*award*) yang terpampang pada dinding *front office*. Hotel Novotel Suite berlokasi pada pusat bisnis yang ada pada Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.



Gambar 4.11. Reward Hotel Novotel Suite (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Tabel 4.1 Elemen-Elemen Hotel Bintang 4

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
1	Penempatan Core	Bangunan	1	Terdapatnya bangunan yang diperuntukkan sebagai usaha hotel yang baik dan terawat.	√



No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
2	Desain pada Dinding	Penanda Arah ( <i>signage</i> ) 	2	Tersedia papan nama hotel ( <i>sign board</i> ) yang jelas dan mudah terlihat.	√
			3	Tersedia tanda arah yang menunjukkan fasilitas hotel ( <i>hotel directional sign</i> ) yang jelas dan mudah terlihat.	√
			4	Tersedia tanda arah menuju jalan keluar yang aman ( <i>evacuation sign</i> ).	√
3	Hubungan Terhadap Landscapae	Taman atau Landscape 	5	Terdapat Taman didalam atau diluar bangunan hotel.	√
			6	Tanaman di dalam bangunan hotel.	√
4	Hubungan Terhadap Landscapae	Parkir 	7	Tersedia tempat parkir dan pengaturan lalu lintasnya.	√
			8	Area menurunkan tamu ( <i>drop off</i> ).	√
5	Penempatan Bukaam Jendela	Lobby 	9	Tersedia Lobby dengan sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik.	√
	Desain pada Dinding		10	Tersedia Aksesibilitas ( <i>ramp</i> ) bagi penyandang cacat.	√
	Alat Pembayaran Pasif		11	Tersedia penjelasan fasilitas hotel ( <i>Hotel Directory</i> ).	√
	Penyekat Panas pada Lantai		12	Tersedia <i>lounge</i> .	√
6	Penempatan Bukaam Jendela	Front Office 	13	Tersedia Gerai ( <i>counter</i> ) atau meja kursi.	√
			14	Tersedia Sertifikat dan/atau Plakat anda bintang sesuai Golongan Kelas hotel.	√

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan	
	Penempatan Bukan Jendela		15	Gerai Pelayanan tamu ( <i>Concierge Counter</i> ).	√	
			16	Tersedia ruang Penitipan Barang Berharga.	√	
			17	Tersedia Ruang Penitipan Barang Tamu.	√	
			18	Tersedia Meja duty manager.	√	
7	Penempatan Bukan Jendela	Business Center	19	Tersedia Ruang untuk pelayanan Bisnis.	√	
	Penempatan Bukan Jendela	Area Belanja ( <i>Shopping Arcade</i> )		20	Tersedia pilihan drugstore/bank/gerai penukaran uang (money changer)/travelagent/airlines/souvenir shop atau lainnya.	√
				9	Penempatan Core	Lift
10	Penempatan Core	Toilet Umum ( <i>Public Rest Room</i> )		22	Lift untuk Karyawan/Barang (untuk bangunan di atas 5 lantai dari lantai dasar).	√
				23	Toilet Pria dan Wanita Terpisah dengan tanda yang jelas.	√
				24	Urinoir beserta washletnya (khusus untuk toilet pria).	√
				25	Tersedia closet duduk dengan hand shower/washlet dan toilet paper.	√
				26	Tersedia tempat cuci tangan, sabun dan cermin.	√
			27	Tersedia Tempat Sampah.	√	

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
	Penempatan Core		28	Ruang Rias ( <i>vanity area</i> ) : khusus toilet wanita.	√
			29	Toilet bagi tamu dengan keterbatasan fisik.	√
			30	Alat pengering tangan	√
11	Ruang Transisi	Koridor	31	Tersedia koridor.	√
	Desain pada Dinding		32	Tersedia pintu darurat, tangga darurat (bangunan bertingkat) dan lampu darurat.	√
			33	Tersedia pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik.	√
			34	Tersedia Alat Pemadam Kebakaran.	√
12	Penempatan Bukaan Jendela	Fasilitas makanan dan minum (Food and Beverage Outlet)	35	Tersedia ruang makan dan minum dengan sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik.	√
			36	Tersedia meja dan kursi makan serta peralatannya.	√
			37	Tersedia Menu.	√
13	Penempatan Bukaan Jendela	Room Service	38	Letaknya berdekatan dengan dapur dan akses ke kamar.	√
			39	Tersedia menu <i>room service</i> .	√
			40	Tersedia peralatan dan perlengkapannya.	√
14	Penempatan Bukaan Jendela	Kamar Tidur Tamu	41	Tersedia kamar tidur termasuk kamar mandi.	√
					
	Penggunaan Balkon		42	Tersedia kamar Suite.	√
					

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
	Desain pada Dinding		43	Pintu dilengkapi dengan kunci pengaman.	√
	Penyekat Panas pada Lantai		44	Kamar dilengkapi dengan sistem penghemat energy.	√
			45	Jendela dilengkapi dengan alat pengaman.	√
			46	Kamar dilengkapi dengan alat pendeteksi asap ( <i>smoke detector</i> ) dan <i>sprinkler</i> .	√
			47	Tersedia pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik.	√
			48	Tersedia petunjuk/arah kiblat yang dipasang di langit-langit ( <i>ceiling</i> ).	√
			49	Tersedia tempat tidur beserta perlengkapannya.	√
			50	Tersedia meja dan kursi kerja.	√
			51	Tersedia meja dan kursi duduk.	√
			52	Tersedia tempat sampah.	√
			53	Tersedia denah lokasi kamar dan petunjuk penyelamatan diri.	√
			54	Petunjuk fasilitas dan pelayanan hotel ( <i>compendium</i> ).	√
			55	Memenuhi ketentuan tingkat kebisingan.	√
			56	Kamar tidur untuk tamu dengan keterbatasan fisik.	√
			57	Tanda dilarang mengganggu ( <i>don't disturb</i> ) dan permintaan pembersihan kamar ( <i>make up room</i> ) dibuat secara terpisah atau menggunakan elektronik.	√
			58	Rak Koper ( <i>luggage rack</i> ).	√

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
			59	Tempat penyimpanan pakaian.	√
			60	Individual <i>Safe Deposit Box</i> .	√
			61	Tersedia <i>Night Table/Bed Side Table</i> .	√
			62	Tersedia lampu baca.	√
			63	Cermin panjang ( <i>Full Length Mirror</i> ).	√
			64	Tersedia Saluran komunikasi internal dan eksternal.	√
			65	Tersedia jaringan internet.	√
			66	Tersedia TV.	√
			67	Tersedia mini bar dan pembuka botol.	√
			68	Coffee - Tea Maker set.	√
			69	Tersedia peralatan tulis untuk tamu ( <i>guest stationary</i> ).	√
			70	Kamar mandi tamu dengan lantai yang tidak licin.	√
15		Kamar Mandi Tamu	71	Tersedia kamar mandi dengan kelengkapannya minimal wastafel, closet, shower.	√
			72	Tersedia sirkulasi udara dan pencahayaan.	√
			73	Tersedia Saluran pembuangan air.	√
			74	Tersedia air panas dan air dingin.	√
			75	Tersedia tempat sampah.	√
			76	Tersedia perlengkapan mandi tamu.	√
			77	Tersedia handuk mandi.	√
			78	Pengering rambut.	√
			79	Telepon paralel dengan kamar tidur.	√
			80	Gelas sikat gigi.	√
			81	Kamar mandi untuk tamu dengan keterbatasan fisik (minimum 200 kamar).	√



No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
16	Hubungan Terhadap Landscape	Sarana Olah Raga, Restorasi dan Kebugaran 	82	Tersedia sarana olah raga, rekreasi dan kebugaran. Seperti fitness center, spa, dan kolam renang.	√
17	Penempatan Bukaannya Jendela	Ruang Rapat 	83	Tersedia Ruang rapat yang dilengkapi perlengkapan dan peralatan termasuk audio visual.	√
18	Penempatan Bukaannya Jendela	Ruang Perjamuan/Function room (tidak berlaku bagi hotel Resort) 	84	Tersedia <i>function room</i> dengan akses tersendiri untuk tamu. Function room ada (brawijaya room, wijaya, airlangga, kertanegara, bharada).	√
19	Penempatan Core	Dapur 	85	Toilet umum yang terpisah untuk pria dan wanita.	√
			86	Jalur evakuasi.	√
			87	Tersedia dapur yang luasnya sesuai dengan kebutuhan.	√
			88	Lantai, dinding dan ceiling kuat, aman dan mudah pemeliharaannya.	√
			89	Drainase dilengkapi dengan perangkap lemak ( <i>grease trap</i> ).	√
			90	Tersedia <i>Kitchen hood</i> yang dilengkapi dengan penyaring lemak.	√
			91	Tersedia system sirkulasi udara dan sistem pencahayaan.	√

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
	Penempatan Core		92	Tersedia peralatan dan perlengkapan dapur.	√
			93	Tersedia perlengkapan P3K.	√
			94	Tersedia tempat sampah tertutup yang terpisah untuk sampah basah dan kering.	√
			95	Tersedia alat pemadam kebakaran.	√
			96	Tempat penyimpanan bahan makanan harian/ <i>daily store</i> .	√
			97	Tata letak perlengkapan dapur sesuai alur kerja.	√
			20	Penempatan Core	Area Penerimaan Barang
					
21	Penempatan Core	Daerah Penyimpanan (Storage)	99	Alat timbangan yang telah ditera.	√
			100	Tersedia gudang umum.	√
			101	Tempat penyimpanan Bahan Makanan dan minuman.	√
			102	Area untuk peralatan dan Perlengkapan.	√
			103	Gudang engineering.	√
			104	Area penyimpanan barang bekas.	√
			105	Tempat penyimpanan bahan bakar.	√
22	Penempatan Bukan Jendela	Area Tata Graha	106	Ruang penyimpanan dan pendistribusian guest suplies dan amenities.	√
			107	Ruang linen dan seragam ( <i>uniform</i> ).	√
			108	<i>Room boy station</i> .	√
			109	Janitor.	√
					

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
23	Penempatan Buka-an Jendela	Ruang Periksa Kesehatan 	110	Tersedia ruang periksa kesehatan kalau yang dimaksud <i>houseclinic</i> ada (untuk karyawan & tamu) dengan fasilitas dokter & perawat.	√
24	Penempatan Buka-an Jendela	Ruang Karyawan 	111	Tersedia kamar mandi laki laki dan wanita terpisah.	√
			112	Tersedia ruang ganti karyawan dilengkapi dengan locker laki-laki dan wanita terpisah.	√
			113	Tersedia ruang makan karyawan.	√
			114	Tersedia tempat Ibadah.	√
			115	Tersedia tempat sampah.	√
			116	Kaca rias dan wastafel.	√
			117	Ruang pelatihan.	√
25	Penempatan Buka-an Jendela	Kantor 	118	Tersedia ruang pengelola hotel.	√
26	Hubungan Terhadap Landscape	Keamanan 	119	Ruang security dan instalasi CCTV.	√
27	Penempatan Core	Utilitas 	120	Tersedia instalasi air bersih.	√
			121	Tersedia genset.	√
			122	Tersedia instalasi jaringan komunikasi.	√
			123	Instalasi air panas.	√

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
28	Penempatan Core	Pengelolaan Limbah 	124	Tempat penampungan sampah	√
			125	Instalasi pengolahan air limbah (IPAL).	√
29	Penempatan Bukaan Jendela	Perawatan dan Perbaikan peralatan ( <i>workshop</i> ) 	126	Tersedia tempat untuk pemeliharaan dan perbaikan yang dilengkapi peralatan.	√
30		Kantor Depan	127	Tersedia pelayanan regristrasi dan pembayaran.	√
			128	Pemberian informasi pesan, pengurusan barang tamu.	√
			129	Pelayanan saat tamu naik dan turun dari kendaraan.	√
			130	Membangunkan tamu ( <i>wake up call</i> ).	√
			131	Jasa penyewaan mobil.	√
			132	Jasa pemanggilan taksi.	√
			133	Jasa panggilan ( <i>Car Call</i> ).	√
			134	Pelayanan duty manager.	√
			135	Pelayanan guest relation.	√
136	Pelayanan khusus untuk tamu dengan keterbatasan fisik.	√			
31		Tata Graha	137	Tata graha ( <i>housekeeping</i> ) ada untuk internal hotel saja tidak untuk penyediaan pelayanan di luar hotel.	√

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
			138	Penyiapan tempat tidur ( <i>turn Down Bed</i> ).	√
			139	Pelayanan tamu penting ( <i>VIP treatment</i> ).	√
32		Binatu	140	Tersedia pelayanan binatu ( <i>laundry</i> ) yang saat ini kami menggunakan vendor. Sebelumnya dilakukan sendiri dengan mesin-mesin hotel, namun ( <i>expense</i> terlalu tinggi).	√
33		Restoran	141	Tersedia pelayanan penyajian makanan dan minuman.	√
			142	Tersedia pelayanan penerimaan pembayaran.	√
			143	Tersedia pelayanan penyajian makanan Indonesia.	√
			144	Tersedia pelayanan penyajian makanan internasional.	√
			145	Pelayanan untuk tamu dengan keterbatasan fisik, anak-anak dan lanjut usia.	√
34		<i>Room Service</i>	146	Menerima pesanan makanan dan minuman dari kamar.	√
			147	Penghidangan makanan minuman ke kamar.	√
			148	Penerimaan pembayaran.	√
35		Ruang Rapat	149	Tersedia pelayanan penyelenggaraan rapat.	√
36		Ruang Perjamuan	150	Tersedia Pelayanan penyelenggaraan perjamuan, karena support <i>cash flow</i> tercepat.	√
37		Pelayanan bisnis (Business Center)	151	Tersedia Pelayanan bisnis, karena merupakan fasilitas utama di Novotel.	√

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
38		Olahraga, Rekreasi, dan Kebugaran	152	Tersedia pelayanan sarana olah raga, rekreasi dan kebugaran.	√
39		Keaman	153	Tersedia Pelayanan Keamanan.	√
40		Kesehatan	154	Pelayanan kesehatan tersedia untuk tamu, dengan menjalin kerjasama dengan rekanan (RS) untuk penyediaan dokter on-call.	√
41		Jam Operasional	155	Tersedia waktu pemberian pelayanan sesuai kebutuhan operasional.	√
42		Orgnisasi	156	Hotel memiliki struktur oganisasi.	√
			157	Hotel memiliki uraian tugas setiap jabatan.	√
			158	Hotel memiliki SOP atau petunjuk pelaksanaan kerja (manual).	√
			159	Hotel memiliki peraturan karyawan/PKB (Perjanjian Kerja Bersama) sesuai peraturan perundang-undangan.	√
			160	Memiliki kebijakan organisasi.	√
43		Manajemen	161	Hotel memiliki program pemeriksaan kesehatan Karyawan.	√
			162	Memiliki manajemen keselamatan dan kesehatan kerja (K3) dengan jumlah karyawan minimal 100 orang.	√
			163	Memiliki sistem penanggulangan kebakaran. Setahun min. 2 kali wajib dilakukan fire drill & fire evacuation.	√

No	Elemen Bioklimatik	Unsur	No	Subunsur	Keterangan
			164	Memiliki manajemen tanggap darurat.	√
			165	Memiliki manajemen penjaminan mutu.	√
			166	Pemeliharaan sanitasi, hygiene dan lingkungan.	√
			167	Memiliki sistem informasi manajemen Hotel.	√
			168	Memiliki rencana usaha.	√
			169	Memiliki program pengembangan produk	√
44		Kemitraan dan Penggunaan	170	Memiliki program kemitraan degan usaha dengan UMKM.	√
			171	Memiliki program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).	√
		Program Pemeliharaan dan Perbaikan peralatan	172	Program pemeliharaan & perbaikan alat, (maintenance expenses – dibudgetkan).	√
		Sumber Daya Manusia	173	Hotel melaksanakan sertifikasi kompetensi bagi Karyawan.	√
			174	Karyawan mampu berbahasa minimal Asing bahasa Inggris.	√
			175	Pelatihan wajib, untuk <i>property</i> yang di.managed oleh Accor, dianggarkan 3% dari revenue untuk training.	√
			176	Melaksanakan penilaian kinerja SDM.	√
			<b>Jumlah Subunsur Aspek Produk</b>		<b>126</b>
			<b>Jumlah Subunsur Aspek Pelayanan</b>		<b>29</b>
			<b>Jumlah Subunsur Aspek Pengelolaan</b>		<b>21</b>
					<b>100%</b>

Sumber: Analisa Pribadi, 2020

#### 4.2.2 Rekap Hasil Evaluasi Elemen-elemen Hotel Novotel Suite

Hotel Novotel Suite yang didesain oleh arsitek Budiman Hendropurnomo yang pada sub-bab ini adalah untuk melihat kesesuaian dari elemen-elemen hotel bintang 4 menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik

Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel. Elemen-elemen hotel Bintang 4 yang sudah diterapkan dengan baik pada bangunan hotel dengan rincian, subunsur aspek produk berjumlah 126 yang sudah terdapat semua pada Novotel. Selanjutnya subunsur aspek pelayanan yang berjumlah 29, Novotel menyediakan semua layanan tersebut di hotel. Terakhir adalah subunsur aspek pengelolaan dengan jumlah 21, Novotel melakukan dan menjalankan semua pengelolaan tersebut dengan baik. Tahap selanjutnya adalah melihat penerapan elemen arsitektur Bioklimatik pada hotel Novotel Suite. Dengan mengkategorikan unsur-unsur dari hotel bintang 4 (dari subunsur produk) apa saja yang termasuk kedalam kelompok elemen-elemen arsitektur Bioklimatik menurut teori Kenneth Yeang, (1994) yang di awal sebelumnya peneliti sudah mencoba mengarahkan elemen-elemen dari hotel bintang 4 tersebut.

#### **4.3 Evaluasi Konsep Arsitektur Bioklimatik pada Hotel Novotel Suite**

Berikut adalah pembahasan dan analisis dari data yang sudah didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan teknik observasi lapangan untuk variabel arsitektur Bioklimatik menurut Kenneth Yeang, (1994).

##### **4.3.1 Analisis Konsep Arsitektur Bioklimatik pada Hotel Novotel Suite**

Setelah melakukan observasi mengenai elemen-elemen hotel bintang 4 sesuai dengan (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel). Selanjutnya adalah untuk mengetahui apakah hotel Novotel menerapkan Konsep arsitektur Bioklimatik. Arsitektur Bioklimatik merupakan pencerminan kembali arsitektur Frank Lloyd Wright yang terkenal dengan arsitektur yang berhubungan dengan alam dan lingkungan. Dengan prinsip utamanya bahwa didalam seni membangun tidak hanya efisiensi saja yang dipentingkan tetapi juga ketenangannya, keselarasannya, kebijaksanaan, kekuatan bangunan dan kegiatan yang sesuai dengan bangunan (Firmansyah et al., 2017).

Selain itu arsitektur Bioklimatik adalah penyesuaian terhadap keadaan alam dan lingkungan, penguasaan secara fungsional, dan kematangan dalam pengolahan pemilihan bentuk, bahan dan arsitektur menurut Oscar Mieneyer dalam (Yamak, 2017). Untuk melihat peran konsep arsitektur Bioklimatik dalam keputusan

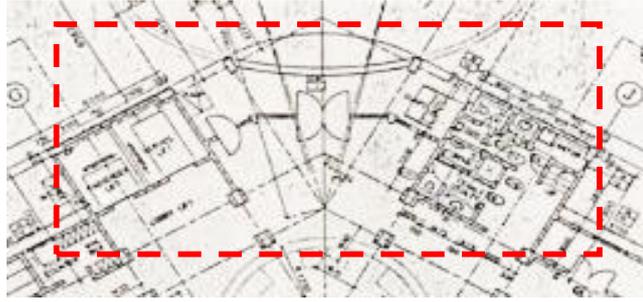
pembelian produk perlu untuk mengetahui apakah desain tersebut memenuhi kategori dari desain arsitektur Bioklimatik atau tidak. Sehingga dapat dilihat keterkaitan antara konsep arsitektur Bioklimatik dan keputusan konsumen, berikut adalah hasil dari observasi lapangan mengenai konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel Novotel Suite.

### 1. Penempatan Core

Pada hotel Novotel Suite untuk penempatan core berada di tengah-tengah bangunan dan merupakan area *service* baik lift, *pantry* dan toilet. Posisi core dari Novotel masuk kedalam kategori core pusat karena terletak di tengah. Core pada hotel Novotel terletak pada bagian timur bangunan, dan bagian barat bangunan dijadikan bukaan jendela yang mengarah pada kolam renang dan *landscape*. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi penempatan core sesuai dengan teori Kenneth Yeang. Penempatan core yang baik ada pada sisi timur bangunan, yang sekaligus berfungsi sebagai kulit bangunan untuk melindungi dari panas matahari.

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk dalam kategori penempatan core dari elemen hotel bintang 4 yaitu lift dan toilet umum. Karena unsur lift berada pada pusat core yang merupakan fasilitas sirkulasi *vertical* yang ada. Di dalam lift juga terdapat fasilitas seperti terdapatnya cctv, alrm kebakaran, tombol emergency, dll. Unsur produk toilet umum juga berada pada pusat core bagian kiri dan kanan pada denah yang merupakan fasilitas umum yang harus berada pada pusat dari hotel. Kemudian terdapat unsur dapur yang berada pada pusat core yang memungkinkan mobilitas dari area dapur memudahkan ke semua kamar.

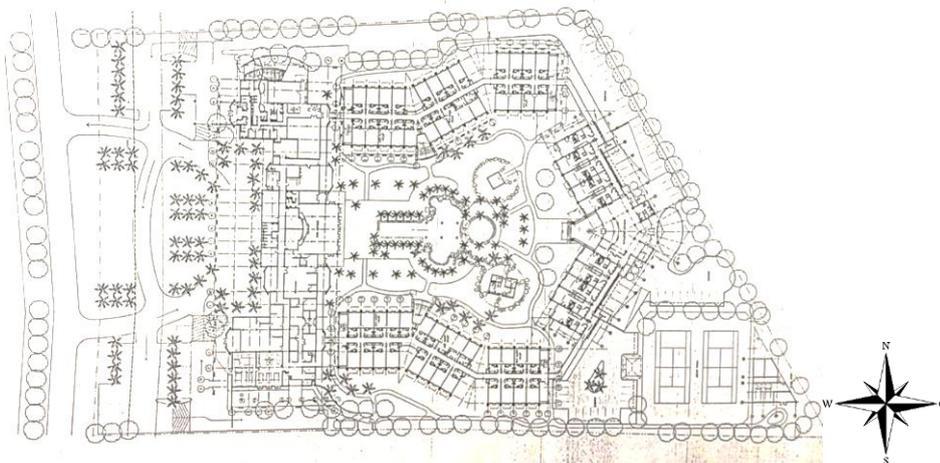




Gambar 4.12. Penempatan Core pada Sisi Bagian Timur (Hotel Novotel Suite, 2020)

## 2. Menentukan Orientasi

Pada hotel Novotel Suite orientasi bangunan atau arah hadap (tampak depan berada di sisi barat) sementara arah hadap (tampak belakang berada di sisi timur). Dan sisi utara dan selatan merupakan arah hadap (tampak samping kiri dan kanan) yang dimana pada Novotel merupakan area bukaan jendela dan ruang transisi. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi untuk orientasi bangunan sesuai dengan teori dari Kenneth Yeang. Orientasi bangunan sebaiknya mengikuti poros timur – barat sebagai luas permukaan bangunan terkecil untuk mereduksi insulasi panas yang masuk. Sementara pada poros utara – selatan sebagai penghawaan dan visualisasi untuk melihat pemandangan.



Gambar 4.13 Orientasi Bangunan Hotel Novotel (Hotel Novotel Suite, 2020)

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori orientasi bangunan dari elemen hotel bintang 4 yaitu unsur bangunan. Karena unsur bangunan merupakan unsur yang menentukan bahwa usaha hotel memiliki bangunan untuk dijadikan tempat usaha. Unsur bangunan menentukan letak bangunan keseluruhan

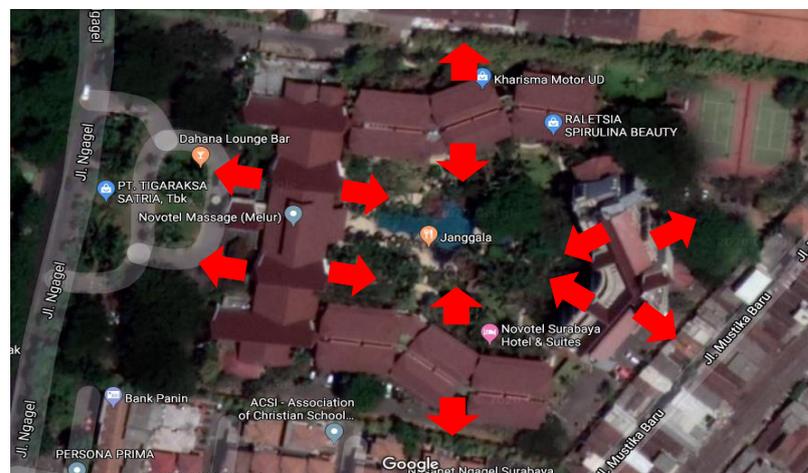
yang pada saat observasi bangunan tepat berada di tengah-tengah site. Untuk orientasi bangunan berada pada poros timur-barat.



Gambar 4.13 Orientasi Bangunan Hotel Novotel (Dokumentasi Pribadi, 2020)

### 3. Penempatan Bukaannya Jendela

Pada hotel Novotel Suite untuk bukaan jendela atau ventilasi berada di hampir setiap sisi bangunan. Untuk jendela pada setiap sisi bangunan yang terdapat di koridor, lobby dan juga kamar memiliki desain yang berbeda-beda. Untuk orientasi bukaan jendela pada bangunan Novotel paling banyak menghadap/berada pada bagian sisi utara – selatan bangunan. Dengan banyaknya terdapat bukaan jendela dan hampir setiap kamar memiliki jendela itu dapat memaksimalkan cahaya alami pada siang hari untuk pencahayaan. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi penempatan bukaan jendela sesuai dengan teori Kenneth Yeang, bahwa penempatan bukaan jendela pada bagian sisi utara – selatan bangunan. Dan pada bagian atau sisi yang memiliki permukaan lebar untuk memaksimalkan aliran udara alami yang masuk.



Gambar 4.14. Posisi Bukaannya Jendela (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori bukaan jendela dari elemen hotel bintang 4 yaitu semua ruang-ruang utama yang memiliki bukaan jendela seperti: kamar tidur tamu, lobby, *front office*, fasilitas makanan dan minuman, area belanja, area workshop, dan kantor depan. Untuk lobby, *front office*, fasilitas makanan dan minuman, area belanja, area workshop, dan kantor depan masih berada pada area depan dari hotel. Karena memang pada area tersebut bukaan hampir berada pada semua sisi, namun untuk orientasi bukaan yang utama pada sisi utara dan selatan bangunan.



Gambar 4.15. Bukaan pada Area Lobby (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Untuk kamar tamu baik yang ada pada bangunan 3 dan 10 lantai juga terdapat bukaan yang cukup lebar. Karena hal tersebut untuk memaksimalkan visual dan penghawaan alami yang didapatkan oleh para tamu. Untuk orientasi bukaan yang utama pada sisi utara dan selatan bangunan, tetapi terdapat bukaan pada sisi timur-barat namun bukaan dengan luasan diperkecil.



Gambar 4.16. Bukaan pada Area Kamar (Dokumentasi Pribadi, 2020)



Gambar 4.17. Bukaan pada Area kamar Bangunan Belakang (Dokumentasi Pribadi, 2020)

#### 4. Penggunaan Balkon

Pada hotel Novotel Suite penggunaan balkon atau perletakannya terdapat pada hampir di setiap kamar dan di setiap sisi bangunan. Akibat dari terdapatnya balkon di setiap kamar, *facade* bangunan jadi terbebas dari panel-panel sehingga mengurangi sisi panas pada area kamar. Perletakan balkon mengarah langsung pada *view landscape* yang menjadi nilai lebih dari perletakan balkon. Area balkon yang ada di bangunan Novotel juga di fungsikan sebagai tempat menanam tanaman rambat. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi penggunaan balkon sesuai dengan teori Kenneth Yeang, yang sebaiknya balkon diletakan mengelilingi bangunan untuk mendeduhkan dan mendapatkan visualisasi serta difungsikan sebagai penempatan vegetasi.



Gambar 4.18. Penggunaan Balkon (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori penggunaan balkon dari elemen hotel bintang 4 yaitu kamar tidur tamu. Karena unsur kamar tidur memiliki area balkon pada sisi bangunan yang mengarah ke area taman. Penggunaan balkon ini hampir disetiap kamar baik dari bangunan lantai 3 dan 10 memiliki balkon untuk mempermudah para tamu untuk menikmati visualisasi dari taman/*landscape* yang sudah disediakan oleh pihak hotel.



Gambar 4.19. Penggunaan Balkon (Dokumentasi Pribadi, 2020)

## 5. Membuat Ruang Transisi

Pada hotel Novotel Suite untuk ruang transisi terletak ditengah dan disekeliling bangunan dan jarak antara ruang transisi satu dengan yang lain tidak terlalu jauh  $\div$ 10m. Ruang transisi pada Novotel sangat memperhatikan penghawaan alami agar masuk ke dalam bangunan. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi ruang transisi pada hotel sesuai dengan teori Kenneth Yeang. Ruang transisi pada Novotel juga berfungsi untuk mengoptimalkan pencahayaan alami masuk pada koridor, kamar, dan pintu masuk dan keluarnya udara. Hal tersebut menjadikan koridor yang ada menjadi sejuk walaupun tanpa pendingin udara, selain itu fungsi ruang transisi juga untuk bisa melihat *view* keluar bangunan.

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori ruang transisi dari elemen hotel bintang 4 yaitu koridor. Karena unsur koridor merupakan penghubung antar area atau satu bangunan dengan bangunan lainnya. Selain berfungsi sebagai penghubung, koridor juga berfungsi sebagai keluar masuknya udara baik dari luar kedalam ataupun sebaliknya. Karena koridor Novotel tidak menggunakan penghawaan buatan/AC, semua koridor menggunakan penghawaan alami.



Gambar 4.20. Ruang Transisi-Transisi pada Novotel (Dokumentasi Pribadi, 2020)

## 6. Desain Pada Dinding

Pada hotel Novotel Suite untuk daerah bangunan yang mendapatkan sinar matahari langsung untuk bukaan atau jendela pada sisi bagian tersebut jumlahnya lebih sedikit. Desain kacanya menggunakan *system double skin*/menggunakan dua lapis kaca untuk mereduksi panas yang masuk kedalam ruang dan area bukaan diperkecil. Bangunan hotel lebih banyak menggunakan dinding pada umumnya. Namun pada bangunan Novotel tidak menggunakan membran ataupun pelindung tambahan sebagai kulit bangunan. Bangunan Novotel hanya menggunakan dinding seperti bangunan pada umumnya atau menggunakan satu lapis dinding saja. Dan dinding ini bersifat permanent atau tidak bisa digerakan. Namun hotel Novotel

hanya menggunakan tirai untuk menutupi area yang terpapar cahaya matahari langsung. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi desain pada dinding hotel sesuai dengan teori Kenneth Yeang, karena masih memperhatikan sisi/bagian bangunan yang lebih banyak terkena sinar matahari dengan memperkecil bukaan dan menggunakan *double skin glass*.



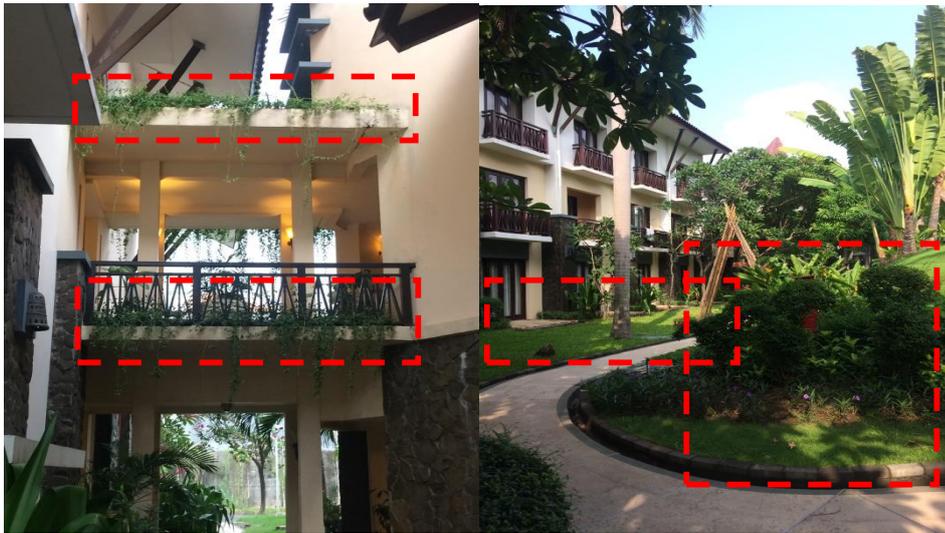
Gambar 4.21. Desain Pelindung Sinar Matahari pada Bangunan (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori desain pada dinding dari elemen hotel bintang 4 yaitu semua ruang-ruang utama yang memiliki bukaan jendela dan yang langsung mengarah atau terkena sinar matahari langsung seperti: kamar tidur tamu, lobby, dan koridor. Untuk kamar tidur tamu yang berada pada bangunan lantai 10 memang terdapat bukaan yang berada pada sisi timur-barat. Untuk mengurangi panas matahari yang masuk digunakan *double glass* dan memperkecil area bukaan. Hal serupa juga dilakukan pada area lobby, namun untuk area koridor yang terkena panas hanya ditutupi berupa tirai manual. Karena memang arah datangnya cahaya langsung yang masuk pada koridor hanya pada sisi utara-selatan, tidak langsung dari timur-barat.

#### **7. Hubungan Terhadap *Landscape***

Pada hotel Novotel Suite hubungan antara bangunan dan *landscape* yang ada adalah hampir setiap kamar bukaan jendela mengarah ke *view* taman maupun kolam renang. Selain *view* langsung ke taman, tumbuhan yang ada pada balkon

tidak hanya sebagai estetika saja melainkan untuk kepentingan ekologis yang menjadikan bangunan lebih sejuk. Serta untuk mengakomodasi kamar-kamar hotel yang jauh berada di level atas yang tidak bisa berhubungan langsung dengan taman pada area bawah. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi hubungan *landscape* dengan bangunan sudah sesuai dengan teori Kenneth Yeang. Karena setiap kamar berhubungan dengan *landscape*. Selain memberikan efek sejuk, taman membantu proses penyerapan O<sub>2</sub> dan pelepasan Co<sub>2</sub>.



Gambar 4.22. Tanaman Rambat pada Ruang Transisi dan Area Depan Kamar (Dokumentasi Pribadi, 2020)



Gambar 4.23. Tanaman Rambat pada Koridor dan Balkon Serta Tanaman yang Mengelilingi Kolam dan Bangunan (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori hubungan terhadap *landscape* dari elemen hotel bintang 4 yaitu taman atau *landscape*. Karena memang pada elemen konsep arsitektur Bioklimatik dari Kenneth Yeang, (1994) hampir sama penamaannya yaitu taman/*landscape*. Pada Novotel untuk taman memang hampir melingkupi seluruh area bangunan yang ada. Hal tersebut dilakukan karena memang strategi marketing dari Novotel mengutamakan visual dari taman/*landscape* yang mereka miliki untuk menarik tamu.



Gambar 4.24. Tanaman yang Ada pada Area Kolam dan didepan Kamar (Dokumentasi Pribadi, 2020)

## 8. Menggunakan Alat Pembayang Pasif

Pada hotel Novotel Suite untuk penggunaan pembayang pasif di aplikasikan pada ventilasi-ventilasi yang ada pada bangunan. Untuk orientasi ventilasi pada bangunan mengarah kearah poros utara – selatan. *Cross ventilation* yang ada pada Novotel terutama pada area lobby dapat meningkatkan udara segar dan mengalirkan udara panas keluar. Dengan adanya ventilasi ini maka udara panas diatas gedung dapat dialirkan keluar lingkungan. Pada koridor hotel tidak menggunakan pendingin ruangan karena memaksimalkan penghawaan alami dari *cross ventilation*. Yang biasanya pada hotel kebanyakan ruang tertutup dan koridornya menggunakan pendingin/AC central. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi penggunaan pembayang pasif sesuai dengan teori Kenneth Yeang alat pembayang pasifnya bagaimana desain bukaan/ventilasi yang bisa mengoptimalkan udara yang masuk kedalam bangunan.



Gambar 4.25. Bukan *Cross Ventilation* pada Core (Data Pribadi, 2020)

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori alat pembayang pasif dari elemen hotel bintang 4 yaitu lobby dan koridor. Karena memang pada elemen lobby dan koridor menggunakan system *cross* ventilasi yang memungkinkan aliran udara keluar dan masuk untuk penghematan penggunaan daya listrik. Hal tersebut memang menjadi konsen dari desain Novotel yang ingin menghidupkan arsitektur disekitarnya dengan tetep memperhatikan pemakaian energi yang cukup.



Gambar 4.26. Bukan *Cross Ventilation* pada Facade Bangunan dan Ruang Transisi (Dokumentasi Pribadi, 2020)

## 9. Penyekat Panas Pada Lantai

Pada bangunan hotel Novotel Suite kulit bangunannya menggunakan material dinding seperti biasa, tidak menggunakan termal insulation (*double skin façade*). Tetapi tetap ada perhatian khusus pada sisi bangunan yang langsung

terpapar sinar matahari, yaitu pada sisi bagian timur – barat. Dengan menggunakan dua lapisan kaca untuk meminimalisir sinar dan panas udara luar yang masuk kedalam bangunan. Namun tanpa insulator atau kulit bangunan yang melingkupi seluruh bagian bangunan tetap membuat seluruh bangunan menjadi sejuk dan tidak terasa panas dengan adanya perhatian khusus pada sisi bagian timur. Karena pada bukaan yang terpapar matahari langsung menggunakan *double glass*. Berdasarkan data yang sudah didapatkan dari hasil observasi penyekat panas yang digunakan sudah sesuai dengan teori Kenneth Yeang. Menurut teori Kenneth Yeang insulator panas yang baik pada kulit bangunan dapat mengurangi pertukaran panas dan teriknya panas matahari dengan udara dingin yang berasal dari dalam bangunan. Walaupun tidak seluruhnya menggunakan termal insulation pada elemen ini tetap diperhatikan oleh bangunan hotel Novotel.



Gambar 4.27. Sisi Bangunan yang Terpapar Matahari Langsung pada Bangunan Depan (Dokumentasi Pribadi, 2020)

Selanjutnya untuk unsur produk yang masuk kategori penyekat panas pada lantai dari elemen hotel bintang 4 yaitu kamar tidur tamu dan lobby. Karena pada area kamar tidur bangunan lantai 10 arah hadapnya mengarah pada timur-barat. Dalam hal ini sisi timur-barat bangunan mendapatkan cahaya matahari langsung. Hal serupa juga terjadi pada area lobby yang arah bukaannya juga ada pada sisi timur-barat. Untuk meminimalisir cahaya langsung masuk kedalam bangunan, terdapat beberapa sisi bukaan yang memang khusus didesain menggunakan *double skin glass*. Namun hotel Novotel tetap tidak menggunakan *double façade* pada keseluruhan bangunan.



Gambar 4.28. Sisi Bangunan yang Terpapar Matahari Langsung pada Bangunan Belakang (Dokumentasi Pribadi, 2020)

#### 4.3.2 Rekap Hasil Evaluasi Konsep Arsitektur Bioklimatik

Hotel Novotel Suite menerapkan elemen-elemen arsitektur Bioklimatik dari Kenneth Yeang, (1994) awalnya Budiman Hendropurnomo hanya merencanakan konsep untuk menghidupkan pola arsitektur disekitarnya. Elemen-elemen arsitektur Bioklimatik yang sudah diterapkan dengan baik pada bangunan hotel yaitu: 1). Penempatan Core yang berada di pusat bangunan, 2). Orientasi bangunan yang sudah mengarah Timur – Barat, 3) Penempatan bukaan jendela yang mengarah kearah Utara – Selatan, 4). Penggunaan dan penempatan balkon yang hampir di seluruh kamar memilikinya, 5). Ruang transisi yang ada pada Novotel sangat baik karena jaraknya  $\pm 10\text{m}$  dari satu dengan yang lainnya, 6). Desain pada dinding yang menerapkan *cross* ventilasi dan perlakuan khusus pada area bukaan, 7). Hubungan terhadap *landscape* yang baik karena setiap lantai terdapat tanaman rambat pada area balkon dan koridor, 8). Alat pembayang pasif yang diperhatikan dari desain bukaan *cross ventilaton*. 9). Namun untuk penyekat panas pada lantai hotel Novotel hanya menggunakan *double glass* (dua lapis kaca). Untuk mengurangi sinar matahari dan udara panas yang masuk kedalam bangunan

Dari ke sembilan elemen arsitektur Bioklimatik, Hotel Novotel Suite menerapkan 8 elemen dan 1 elemen tidak diterapkan dengan seluruhnya, dengan ini 1 elemen akan mendapatkan nilai  $\frac{1}{2}$  dari keseluruhan nilai dalam 1 variabel yaitu 5,55%. Jika dipresentasikan sembilan elemen = 100%, 1 elemen mewakili 11,1%. Jadi jika Hotel Novotel menerapkan  $8\frac{1}{2}$  elemen mendapatkan nilai 94,3%.

Tabel 4.2 Rekap Hasil Evaluasi Unsur Produk Hotel Bintang 4 dan Elemen Arsitektur Bioklimatik

No	Elemen Arsitektur Bioklimatik	Unsur Produk Hotel Bintang 4
1	Penempatan Core	Lift
		Toilet Umum
		Dapur
2	Orientasi Bangunan	Bangunan
3	Penempatan Buka-an Jendela	kamar tidur tamu
		Lobby
		Front Office
		Fasilitas Makanan dan Minum
		Area Belanja
		Workshop
4	Penggunaan Balkon	Kamar Tidur Tamu
5	Ruang Transisi	Koridor
6	Desain pada Dinding	Kamar Tidur Tamu
		Lobby
		Koridor
7	Hubungan Terhadap Landscape	Taman atau Landscape
8	Alat Pembayang Pasif	Lobby
		Koridor
9	Penyekat Panas pada Lantai	Ruang Tidur Tamu
		Lobby

Sumber: Analisa Pribadi, 2020

Tabel di atas menunjukkan unsur-unsur produk hotel bintang 4 menurut peraturan menteri yang masuk kedalam kategori dari masing-masing elemen. Setelah dianalisis menurut kesesuaian fungsi dari setiap unsur maupun elemennya. Dari hasil obeservasi unsur dan sub-unsur hotel bintang 4, bangunan hotel Novotel Suite menerapkan semua unsur dan sub unsur/100% yang harus ada pada hotel bintang 4. Selanjutnya dari hasil obsevasi konsep arsitektur Bioklimatik yang ada pada bangunan hotel Novotel mendapatkan presentase yaitu 94,3% dari total 100%. Dilihat dari hasil dua observasi, dan yang terpenting adalah observasi hasil konsep arsitektur Bioklimatik, Hotel Novotel Suite menerapkan unsur dan subunsur hotel bintang 4 serta konsep arsitektur Bioklimatik dengan sangat baik. Untuk itu objek studi kasus hotel Novotel Suite terkait penelitian untuk mengetahui “Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Hotel Bintang 4” bisa dilanjutkan ketahap selanjutnya. Tahapan selanjutnya adala penyebaran kuisisioner kepada responden hotel untuk menjawab pertanyaan sasaran satu.

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## **BAB V**

### **ARSITEKTUR BIOKLIMATIK, PREFERENSI KONSUMEN DAN NILAI PASAR**

Bab ini membahas tentang tahapan kedua dari penelitian untuk menjawab lanjutan dari sasaran dua, mengetahui apakah konsep arsitektur Bioklimatik berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Sasaran tiga, mengevaluasi apakah faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi dan hubungan antar variabel terkait keputusan konsumen terhadap bangunan hotel dengan arsitektur Bioklimatik. Dan sasaran empat, mengetahui bagaimana nilai pasar dari bangunan hotel dengan penggunaan konsep arsitektur Bioklimatik.

#### **5.1 Pengaruh Konsep Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Terkait Keputusan Memilih Hotel Novotel**

Pengambilan keputusan konsumen adalah aspek penting bagi perkembangan dan *income* bagi hotel. Untuk itu perlu menentukan apakah konsumen melakukan pembelian atau memilih hotel Novotel atas keputusan konsumen tetapkan. Keputusan konsumen sangat terkait dengan informasi yang dimiliki dan berbagai faktor dan pengetahuan konsumen tentang produk yang akan dibelinya (Sumarwan, 2011). Hal tersebut tidak lepas dari strategi pemasaran yang dilakukan yaitu 4P *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi) dan *Promotion* (Promosi). Dimana produk sudah dibahas pada sub-bab sebelumnya, untuk harga sudah diklasifikasikan Hotel Bintang 4, dan lokasi yang berada pada pusat bisnis yang juga sudah dibahas pada sub-bab sebelumnya. Hasil dari analisis dan pembahasan pada bab ini adalah untuk melihat pengaruh, faktor-faktor, dan nilai pasar dari diterapkannya konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel. Dan selanjutnya bisa dapat menunjang promosi dari hotel Novotel dan keseluruhan 4P. Hal tersebut dapat menunjang untuk memperoleh *income* yang lebih besar untuk hotel Novotel Suite.

### 5.1.1 Analisis Data Responden

Pada sub-bab ini akan dibahas mengenai data demografi responden. Yang didasarkan pada kriteria jenis kelamin, usia, daerah asal, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan jumlah anggota yang menginap yang disebut sebagai data responden. Kuisisioner disebarakan kepada beberapa tamu hotel yang menginap dengan total kuisisioner 100 buah. Data yang didapatkan dari kuisisioner ini di *input* ke dalam program SPSS untuk dilakukan analisa data yang dapat dilihat pada lampiran 4.

Dari data demografi yang telah didapatkan, responden yang mengisi kuisisioner dan memiliki peran penting dalam memutuskan untuk menginap pada hotel Novotel Suite didominasi oleh laki-laki. Mayoritas usia responden yang menginap lebih didominasi oleh usia >35 tahun dengan presentase 54%, selanjutnya adalah usia 30-35 tahun dengan presentase 29%. Hal tersebut tidak lepas dari fungsi dari hotel Novotel sebagai hotel bisnis, maka dari itu sebagian besar responden yang menginap memiliki rentang usia 30-35 dan >35 tahun. Untuk daerah asal tamu yang menginap lebih banyak berasal dari luar kota dengan presentase 72%, mereka melakukan aktivitas seperti seminar, rapat, dan juga berlibur.

Selanjutnya untuk pendidikan responden yang mendominasi adalah S1 berjumlah 73 orang dengan presentase 73%, karena responden yang menginap sudah berusia diatas 30 dan sudah menyelesaikan pendidikan S1. Pekerjaan responden didominasi oleh pengusaha dengan presentase 41%, dan yang berada pada posisi kedua adalah karyawan swasta. Pengusaha yang mendominasi berjumlah 41 orang yang mungkin sedang melakukan rapat kerja ataupun seminar perusahaan. Untuk jumlah anggota/rekan responden yang ikut menginap didominasi oleh 2 anggota dengan presentase 53%, dan yang kedua adalah 4 anggota 23%. Hal tersebut dikarenakan responden biasa mengikutsertakan istri, anak, ataupun sanak saudara saat menginap.

Tahap selanjutnya adalah untuk melihat hubungan dari data demografi responden. Apakah dari keenam variabel yang ditanyakan kepada responden terdapat korelasi/hubungan diantara variabelnya yang paling mempengaruhi responden untuk menginap di hotel Novotel Suite.

**Tabel 5.1 Hasil Analisis Component Transformation Matrix**

Component	1	2	3	4	5	6
1	.668	.420	.545	.334	.255	.206
2	.665	.584	.342	-.214	-.241	-.233
3	.235	-.354	.646	.488	.346	.185
4	-.244	-.88	.344	.682	.008	-.124
5	.366	-.425	.144	.198	.782	.654
6	-.045	-.446	.276	-.244	.304	.452

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Keterangan: 1 = Jenis Kelamin, 2 = Usia, 3 = Daerah Asal, 4 = Pendidikan terakhir = Pekerjaan, 5 = Pekerjaan, 6 = Jumlah Anggota yang menginap.

Dari tabel 5.1 dapat dijelaskan bahwa pada diagonal faktor (*component*) 1 (jenis kelamin), faktor (*component*) 2 (usia), faktor (*component*) 3 (daerah asal), faktor (*component*) 4 (pendidikan terakhir), dan faktor (*component*) 5 (pekerjaan) jatuh diatas angka 0,5 dan yang tertinggi adalah **0,782** membuktikan bahwa kelima faktor (*component*) yang terbentuk sudah tepat karena memiliki korelasi yang tinggi. Variabel pekerjaan memiliki nilai tertinggi 0,782 yang membuat variabel tersebut paling berpengaruh. Dan memiliki nilai korelasi positif, maka hubungan antara variabel adalah hubungan yang searah. Sementara diagonal faktor (*component*) 6 (jumlah anggota menginap) menunjukkan angka dibawah 0,5 yang nilai koefisien korelasi negatif, maka ada hubungan berlawanan antara variabel.

### **5.1.2 Analisis Data Penelitian Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen**

Pada sub-bab ini akan dibahas penggunaan analisis statistik deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan variabel penelitian yang diperoleh dari hasil pengukuran yang meliputi, mengukur rata-rata (mean) untuk melihat tingkat kesetujuan responden dengan hotel yang menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik sebagai faktor keputusan mereka untuk menginap.

#### **1. Variabel Budaya**

Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Budaya. Variabel budaya adalah suatu pola hidup yang menyeluruh, namun dalam penelitian

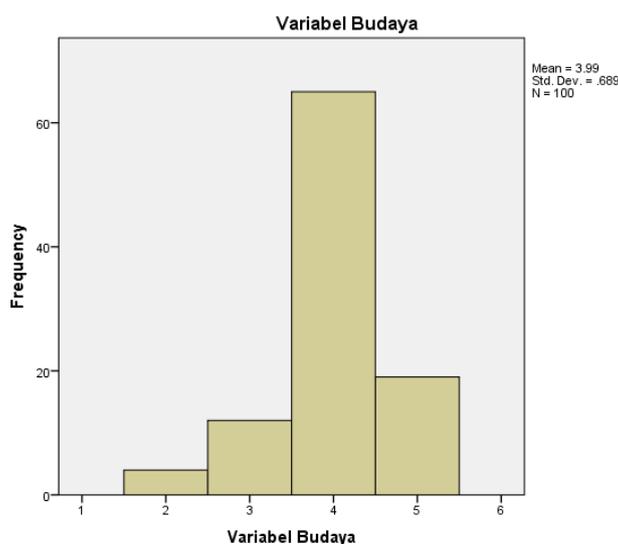
ini yang dimaksud budaya terbatas pada kebiasaan sehari-hari responden dilakukan di lingkungan rumah mereka masing-masing. Contohnya, seperti apa saja yang mereka lakukan setelah bangun tidur dipagi hari. Data dapat dilihat sebagai berikut

**Tabel 5.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Budaya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-ragu	12	12.0	12.0	16.0
	Setuju	65	65.0	65.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 16%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 84%, hal ini menunjukkan bahwa responden dapat merasakan keseharian mereka dirumah sudah terpenuhi di hotel. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel budaya cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel budaya yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan di atas variabel Budaya berpengaruh terhadap preferensi responden untuk menginap.



Gambar 5.1. Data Responden Berdasarkan Variabel Budaya (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 2,4, dan 6 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Rumah saya di Bogor juga banyak taman dan kebun jadi memang keseharian saya kalau sore-sore sehabis pulang kantor duduk diteras melihat taman”, “Kebiasaan saya kalau dirumah memang suasananya hampir sama, ya saya bangun tidur duduk diteras menikmati pemandangan depan rumah saya”, “Ya kalau keseharian saya yang pertama kali saya lakukan duduk di teras, sambil menikmati kopi mas”.*

## 2. Variabel Kelas Sosial

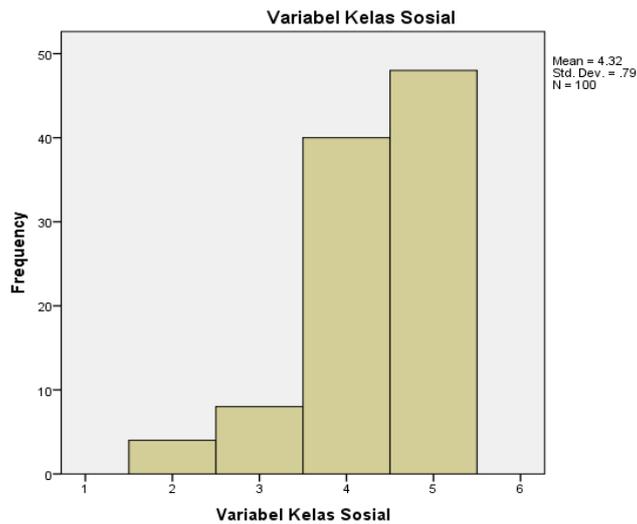
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Kelas Sosial. Variabel kelas sosial adalah variabel yang membedakan apa yang dimiliki atau apa yang didapatkan responden. terdapat atau tidaknya perbedaan yang didapatkan oleh setiap individu dalam hotel. Baik itu dari fasilitas ataupun pelayanan yang disediakan oleh pihak hotel. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Kelas Sosial**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	12.0
	Setuju	40	40.0	40.0	52.0
	Sangat setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 12%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 88%, hal ini menunjukkan bahwa responden tidak merasakan adanya perbedaan yang didapatkan dari satu tamu hotel dengan tamu hotel lainnya. Jika harga kamar yang di bayarkan sama tidak adanya perbedaan yang dirasakan baik dari fasilitas ataupun pelayanan. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel kelas social cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel kelas sosial yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan di atas variabel Kelas Sosial berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.2. Data Responden Berdasarkan Variabel Kelas Sosial (Hasil Olah Data, 2020)  
 Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 1,5, dan 9 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Kelas sosial sejauh saya menginap dua hari gak ada saya rasakan mas, fasilitas sama semua, dapat di akses oleh semua tamu serta untuk kamar kan memang yang dibedakan karena berdasarkan harga yang di bayarkan”, “Untuk perbedaan kelas social gak ada mas, yang saya rasakan, kalo kamar hampir semua dapet akses ke taman dan ada balkonnnya semua”, “Untuk fasilitas pendukung gak saya rasakan ada perbedaan kelas sosial, misal saya bisa menggunakan fasilita, fitness, spa, kolam, dll, sama dengan tamu hotel yang lainnya”*

### 3. Variabel Keluarga

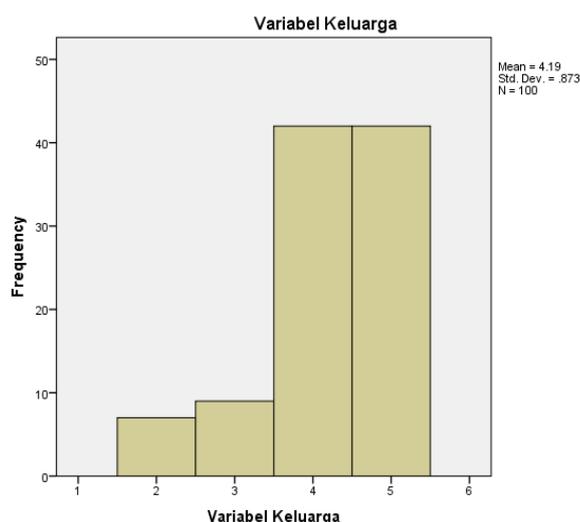
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitekur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Keluarga. Variabel keluarga adalah aktivitas atau fasilitas yang bisa memfasilitasi kegiatan bersama keluarga yang mengutamakan kebersamaan. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Keluarga**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	16.0
	Setuju	42	42.0	42.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 16%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 84%, hal ini menunjukkan bahwa responden dapat melakukan aktivitas keluarga seperti layaknya di rumah ataupun yang tidak bisa mereka lakukan di rumah tetapi terpenuhi di Novotel. Hal tersebut yang membuat hotel Novotel mempunyai nilai lebih untuk aktivitas keluarga selain berbisnis. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel keluarga cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel keluarga yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel suite. Dinyatakan dari penjelasan di atas bahwa variabel Keluarga berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.3. Data Responden Berdasarkan Variabel Keluarga (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 6,9,11, dan 12 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Hotel Novotel sangat mendukung kegiatan keluarga, karena sudah jarang ditemukan hotel dikota terdapat banyak taman-taman”, “Untuk kegiatan keluarga hotel ini cukup bisa mendukung, karena banyak disediakan tempat-tempat duduk bersantai misal seperti tempat-tempat duduk yang ada didekat kolam”, “untuk kegiatan kelurga yang bisa saya rasakan terpenuhi adalah area balkon atau teras depan kamar yang bisa digunakan untuk berbincang-bincang”, “Kalau saya dan keluarga memang hobi berenang dek, misal kalau keluar kota pasti mencari hotel yang ada kolam renang, dan juga ada tamannya yang luas”.*

#### 4. Variabel Situasi

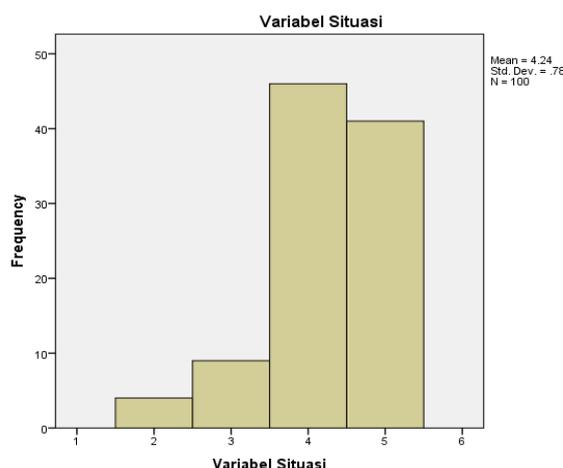
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Situasi. Variabel situasi yang dimaksud adalah menciptakan rasa aman dan nyaman kepada semua responden. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Situasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	13.0
	Setuju	46	46.0	46.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 13%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 87%, hal ini menunjukkan bahwa responden sudah merasa aman dan nyaman berada di hotel, baik dari fasulitas dan kebersihannya. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel situasi cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel situasi yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Situasi berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.4. Data Responden Berdasarkan Variabel Situasi (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 11,16, dan 18 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Untuk keamanan dan kenyamanan sudah terpenuhi semua, dikamar terdapat fasilitas brankas, dan untuk nyaman mungkin karena banyak taman-taman dan pohon saya merasa nyaman”, “Untuk keamanan sudah baik mas, kan di kamar hotelnya juga terdapat brankas, untuk kenyamanan hotelnya bersih, kamar mandi dan ruangan lainnya juga bersih”, “Untuk keamanan aman-aman aja mas, kan banyak ada security juga, untuk kenyamanan hotelnya bersih dari lobby sampe ke kamar hotel juga bersih semua dan sampai ke tamannya pun ada petugas kebersihannya sendiri untuk membersihkannya”.*

## 5. Variabel Motivasi

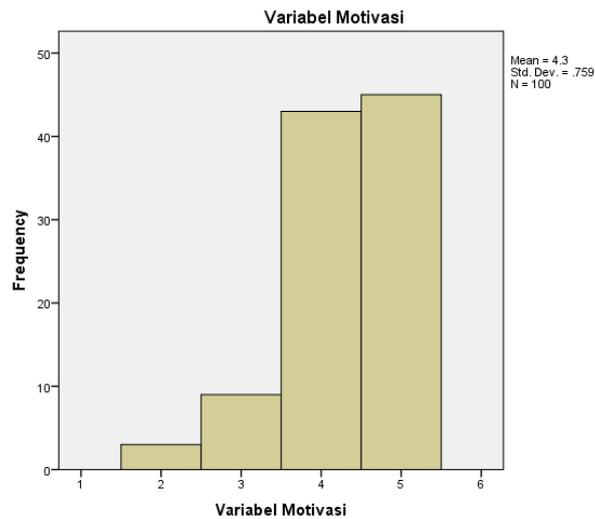
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitekur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Motivasi. Variabel motivasi adalah ‘alasan’ yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seseorang individu/responden. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Motivasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	12.0
	Setuju	43	43.0	43.0	55.0
	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 12%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 88%, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki alasan tertentu dan motivasi tinggi untuk menginap di Novotel. Motivasi utama karena hotel berdekatan dengan alam dan lingkungan (*view*) dan yang kedua Novotel menyediakan fasilitas bisnis yang cukup lengkap. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel motivasi cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel motivasi yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan diatas variabel Motivasi berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.5. Data Responden Berdasarkan Variabel Motivasi (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 3,18, dan 26 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Motivasi untuk menginap kembali dengan suasana hotel yang seperti ini saya mau mas, walaupun sebelum mas menjelaskan bahwa hotel ini menerapkan konsep yang berdekatan dengan alam”, “Untuk saya pribadi dengan diterapkannya konsep yang berdekatan dengan alam dan lingkungan seperti ini, memotivasi saya untuk menginap kembali”, “Motivasi saya menginap di Novotel ini karena hotel memiliki banyak taman, dan banyak tumbuhan membuat saya nyaman dan betah, dan saya ingin menginap kembali”.*

## 6. Variabel Pengetahuan

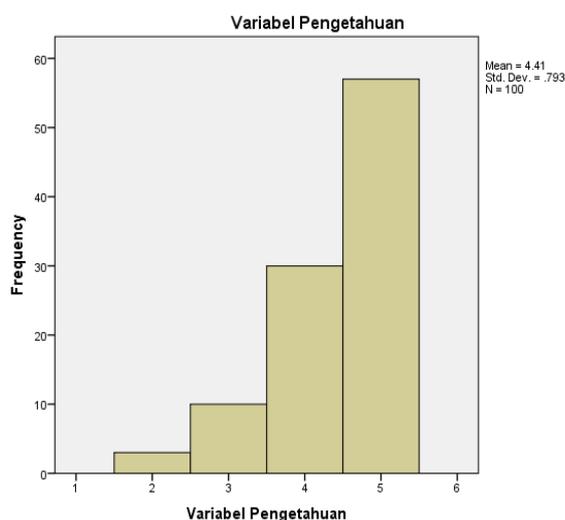
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitekur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Pengetahuan. Variabel pengetahuan merupakan informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki, yang lantas melekat di benak seorang individu. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Ragu-ragu	10	10.0	10.0	13.0
	Setuju	30	30.0	30.0	43.0
	Sangat Setuju	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 13%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 87%, hal ini menunjukkan bahwa responden mendapatkan informasi baru tentang hotel yang menerapkan konsep arsitektur bioklimatik. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel pengetahuan cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel pengetahuan yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.6. Data Responden Berdasarkan Variabel Pengetahuan (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 13, 19 dan 21 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Jujur mas saya belum mengerti apa yang dimaksud dengan arsitektur bioklimatik, tetapi setelah mas jelaskan dan ternyata hotel ini menerapkan saya menjadi sidikit paham tentang bangunan dan lingkungan”, “saya mana mengerti mas soal yang seperti ini, tapi setelah mas jelaskan saya menjadi dapat pengetahuan baru”, “Kalau saya pernah baca mas dan pernah tau arsitektur hijau, arsitektur bioklimatik saya belum pernah dengar, baru denger dari masnya ini”.*

## 7. Variabel Sikap

Berikut adalah data dari instrument kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Sikap.

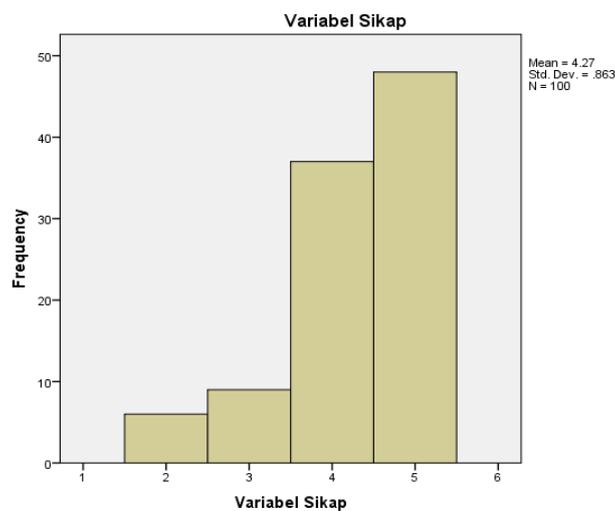
Variabel sikap adalah pernyataan evaluative terhadap objek, orang atau peristiwa. Hal ini mencerminkan perasaan seseorang terhadap sesuatu. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Sikap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	15.0
	Setuju	37	37.0	37.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 15%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 85%, hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang berbeda-beda dalam menyikapi penerapan arsitektur Bioklimatik, tetapi lebih banyak yang setuju dengan adanya penerapan arsitektur Bioklimatik pada hotel. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel sikap cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel sikap yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Sikap berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.7. Data Responden Berdasarkan Variabel Sikap (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 13,21, dan 23 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Menurut saya, dengan adanya konsep ini pada bangunan hotel saya nyaman-nyaman saja mas, suka adem gitu”, “Kalau saya rasain enak mas, seperti bukan dikota, hotelnya ya nyaman banyak hijau, beda dengan hotel yang lain”, “Menurut saya, kalau saya pribadi melihatnya ya bagus mas, sudah agak susah mencari hotel yang banyak pohon dan taman di tengah kota seperti ini”.*

## 8. Variabel Kepribadian

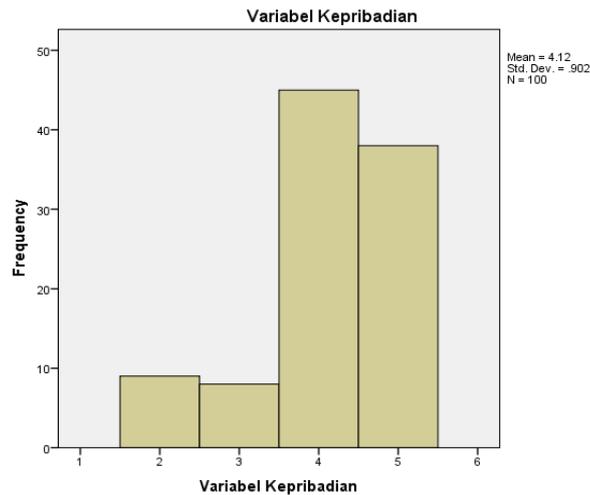
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Kepribadian. Variabel kepribadian merupakan adalah keseluruhan cara seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu serta lingkungan sekitar. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Kepribadian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	17.0
	Setuju	45	45.0	45.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 17%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 83%, hal ini menunjukkan bahwa banyak respoden yang merasakan kepribadian mereka berubah dengan penerapan arsitektur Bioklimatik pada hotel. Kepribadian responden banyak yang berubah kearah yang lebih baik dengan ingin lebih berdekatan dengan alam dan memperhatikan lingkungan sekitar. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel kepribadian cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel kepribadian yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Kepribadian berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.8. Data Responden Berdasarkan Variabel Kepribadian (Hasil Olah Data, 2020)  
 Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 16,22 dan 25 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Dengan diterapkan konsep arsitektur Bioklimatik ini mas saya semakin sadar bahwa banyak terdapat taman ataupun tanaman membuat pikiran menjadi tenang”, “Saya baru pertama kali menginap di hotel ini mas, memang pas saya lihat pada profile saat saya ingin memilih hotel memang pertimbangan saya banyak terdapat taman pada hotel ini. Setelah saya menginap memang suasanya beda nyaman dan sejuk”, “Saya memang menyukai hotel yang banyak tamannya mas, dirumah saya juga banyak taman apalagi saya juga suka berkebun.”.*

### 9. Variabel Gaya Hidup

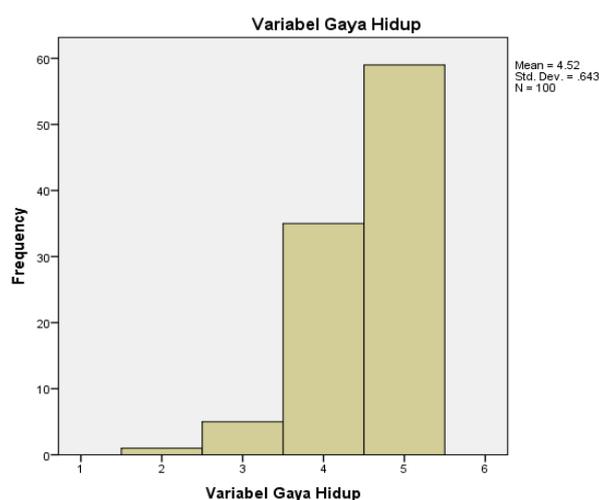
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Gaya Hidup. Variabel gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman/keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya, bisa juga dipengaruhi lingkungan sekitarnya. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	5	5.0	5.0	6.0
	Setuju	35	35.0	35.0	41.0
	Sangat Setuju	59	59.0	59.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 6%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 94%, hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang merasakan kebutuhan sekunder, seperti bersantai, berolahraga, dan aktivitas lainnya yang mereka rasakan di hotel cocok dengan mereka. Respon responden lebih banyak yang ingin merubah gaya hidup yang ingin berdekatan dengan alam dan lingkungannya. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel gaya hidup cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel gaya hidup yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.9. Data Responden Berdasarkan Variabel Gaya Hidup (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 5,17, dan 25 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Saya menginap di hotel ini menjadi tenang mas, seperti memang berlibur dan istirahat mungkin karena baru bangun tidur sudah disuguhkan taman di depan dan belakang kamar”, “Dirumah saya tidak terdapat taman mas, karena memang di perumahn kecil. Ternyata terdapat taman/pohon itu bisa membuat pikiran menjadi tenang dan udara yang dihirup juga segar”, “Untuk gaya hidup yang lebih baik saya setuju mas untuk tempat tinggal yang masih bisa memperhatikan lingkungan seperti yang mas jelaskan, ya seperti Novotel ini”.*

## 10. Variabel Demografi

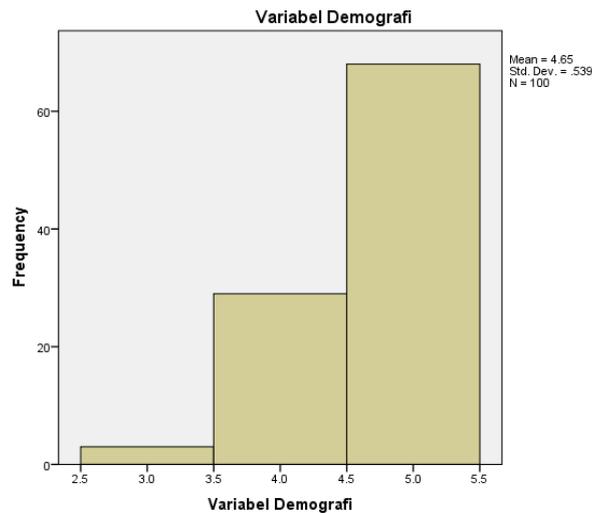
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Demografi. Variabel demografi adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia yang meliputi ukuran, struktur, distribusi penduduk. Pada analisis ini demografi yang ditekankan adalah bagaimana penduduk selain tamu hotel/masyarakat dapat merasakan (terdistribusi) penerapan konsep arsitektur bioklimatik pada hotel. Karena demografi responden sudah dibahas pada sub-bab sebelumnya. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Demografi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	29	29.0	29.0	32.0
	Sangat Setuju	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 3%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 97%, hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan tidak hanya tamu hotel yang merasakan penerapan arsitektur Bioklimatik. Tetapi para pekerja dan staff hotel yang bekerja dengan wajah cerah dan bersemangat. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel demografi cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel demografi. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Demografi berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.10. Data Responden Berdasarkan Variabel Demografi (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 22,27, dan 28 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Menurut saya yang bisa merasakan bukannya hanya tamu hotel, tetapi juga para pekerja hotel pasti dapat merasakannya juga”, “Untuk penerapan konsep ini yang bisa merasakannya adalah para tamu, dan masyarakat sekitar tetapi tidak secara langsung tapi yang melihat dari luar bangunan pasti terlihat hotel ini banyak taman dan tanamnya”, “Masyarakat juga bisa mas ngerasain, kan dari luar taman depan lobby yang besar itu aja bisa terlihat dari jalan, tentu masyarakat dapat merasakan bahwa hotel ini banyak tamannya”*

## 11. Varibel Pengelolaan Informasi

Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitekur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Pengelolaan Informasi. Variabel pengelolaan informasi menjamin adanya deskripsi yang jelas untuk mendapatkan dan menerima informasi. Baik informasi mengenai fasilitas dari produk-produk yang ada ataupun pelayan dan jasa yang disediakan oleh pihak hotel. Dan sebaiknya infomasi tersebut disampaikan dengan jelas pada saat tamu hotel *chek-in*. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

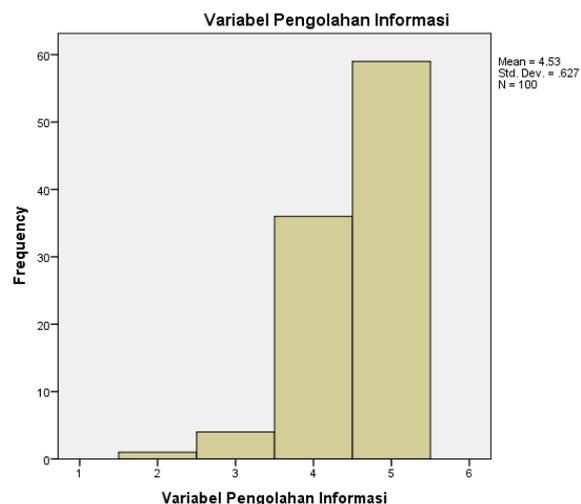
**Tabel 5.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Pengolahan Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	4	4.0	4.0	5.0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	36	36.0	36.0	41.0
Sangat Setuju	59	59.0	59.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 5%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 95%, hal ini menunjukkan bahwa staff hotel sudah memberikan informasi yang cukup lengkap kepada para tamu hotel. Baik itu informasi dari fasilitas dan pelayanan apa saja yang disediakan oleh Novotel Suite. Seperti terdapatnya pusat kebugaran dan spa yang bisa di akses langsung oleh siap tamu Novotel Suite. Dan informasi mengenai kelebihan setiap kamar hotel yang dikelilingi oleh view pemandangan ke taman dan ke kolam renang. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel pengelolaan informasi cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel pengelolaan informasi yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel. Berdasarkan hasil analisis data diatas, variabel Pengelolaan Informasi berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.11. Data Responden Berdasarkan Variabel Informasi (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 20,23, dan 25 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Staff hotel menjelaskan waktu saat chek in, jika saat chek in ingin kamar yang berdekatan dengan taman atau tidak, karena aksesnya langsung bisa melihat taman”, “Saya dijelaskan bukan adanya konsep arsitektur bioklimatik mas, cuman dijelaskan bahwa kamar ibu nantinya mendapatkan full view ke taman dan kolam renang”, “Kalau saya dijelaskan nanti kamar bapak aksesnya bisa langsung ke taman dekat kolam”,*

## 12. Variabel Pembelajaran

Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Pembelajaran. Variabel pembelajaran merupakan bagi seseorang yang tidak memiliki pengetahuan dan pengalaman akan suatu hal, yang setelahnya akan memberikan pengetahuan baru. Lebih tepatnya pembelajaran tentang penerapan konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel dan pentingnya memperhatikan alam dan lingkungan sekitar. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

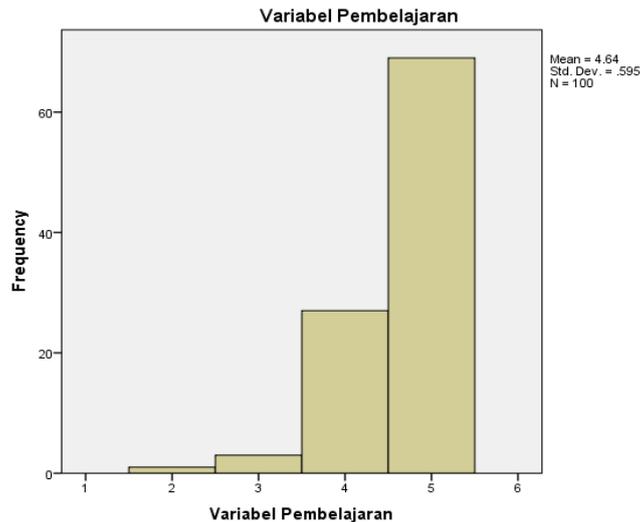
**Tabel 5.13 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Pembelajaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	27	27.0	27.0	31.0
	Sangat Setuju	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 5%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 95%, hal ini menunjukkan bahwa banyak para tamu yang setuju dan mendapatkan pembelajaran baru dari penerapan arsitektur Bioklimatik. Pembelajaran yang banyak didapatkan oleh para tamu adalah bagaimana pentingnya berdampingan dengan alam dan memperhatikan lingkungan. Dengan penerapan arsitektur Bioklimatik para tamu hotel banyak belajar dari penerapan konsep yang membuat para tamu merasa aman dan nyaman. Dan tamu hotel tidak segan untuk kembali menginap dengan alasan tersebut. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel pembelajaran cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh

dari kuisisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel pembelajaran yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Pembelajaran berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.12. Data Responden Variabel Pembelajaran (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 19,20, dan 27 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Banyak belajar dan mendapatkan pembelajaran bahwa lingkungan yang baik bisa membuat semua akan bisa menjadi baik, seperti psikologis yang lelah sehabis bekerja”, “Saya sebenarnya awalnya merasa biasa saja dan merasa nyaman, tetapi setelah mas menjelaskan tentang penelitian ini, saya secara tidak langsung banyak mengenal lingkungan sekitar yang masih bisa berdekatan dengan bangunan”, “Dengan ini saya jadi tahu mas, sebenarnya seperti ini bangunan yang saya ingin ciptakan di rumah saya”.*

### 13. Variabel Perubahan Sikap & Perilaku

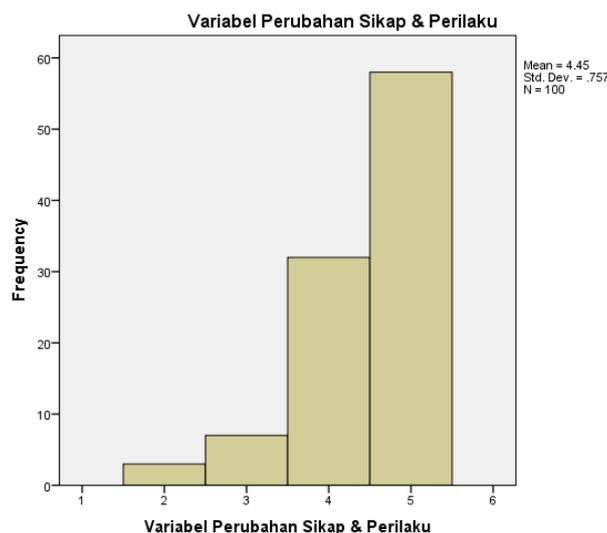
Berikut adalah data dari instrumen kuisisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Sikap & Perilaku. Variabel perubahan sikap dan perilaku merupakan perubahan-perubahan yang terjadi pada setiap individu dalam kehidupan sosial. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.14 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Perubahan Sikap & Perilaku**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Ragu-ragu	7	7.0	7.0	10.0
	Setuju	32	32.0	32.0	42.0
	Sangat Setuju	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 10%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 90%, hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan perubahan sikap dan perilaku yang ditunjukkan kearah yang baik. Dengan ingin berdekatan dengan alam ketika mengetahui bahwa keadaan nyaman yang dirasakan karena adanya perlakuan khusus pada hotel. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel perubahan sikap & perilaku cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel perubahan sikap & perilaku yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. variabel Perubahan Sikap & Perilaku berpengaruh terhadap preferensi responden untuk menginap.



Gambar 5.13. Data Responden Berdasarkan Variabel Perubahan Sikap & Perilaku (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 12 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Saya akhir-akhir ini memang lagi ingin berdekatan dengan alam setelah saya menginap di Novotel untuk yang kedua kalinya, ternyata saya baru tahu bahwa hotel ini menerapkan pendekatan arsitektural”.*

#### 14. Variabel Produk

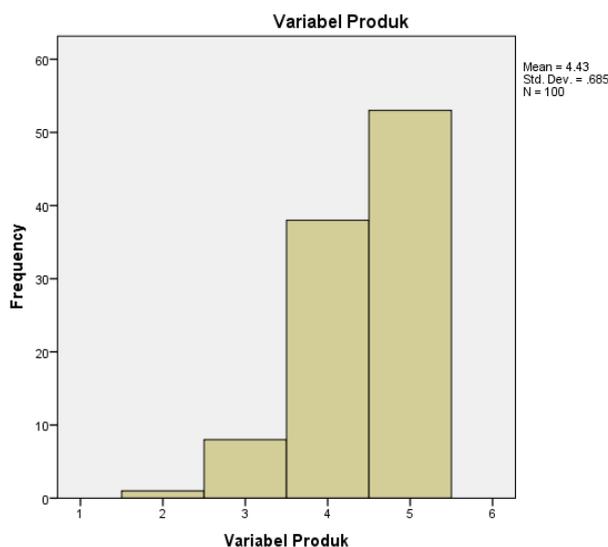
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitekur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Produk. Variabel produk adalah barang atau jas yang dapat diperjual belikan. Variabel produk juga merupakan apapun yang bisa ditawarkan kesebuah pasar/individu. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.15 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	9.0
	Setuju	38	38.0	38.0	47.0
	Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 9%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 91%, hal ini menunjukkan bahwa responden merasa semua fasilitas sudah baik terutama fasilitas kamar dan fasilitas umum yang disediakan. Produk yang utama disini adalah kamar hotel, seluruh kamar hotel menyediakan view kearah taman. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel produk cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel produk yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Produk berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap di Novotel Suite.



Gambar 5.14. Data Responden Berdasarkan Variabel Produk (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 29,30, dan 32 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Untuk kamar nyaman mas, bersih juga, kalo fasilitas saya tidak banyak mencobanya”, “Kamarnya bersih, terdapat balkon yang langsung menghadap ke taman”, “kamarnya bagus, bersih, untuk fasilitas pendukung fitness centernya juga bersih mas, alatnya cukup lengkap”.*

## 15. Variabel Harga

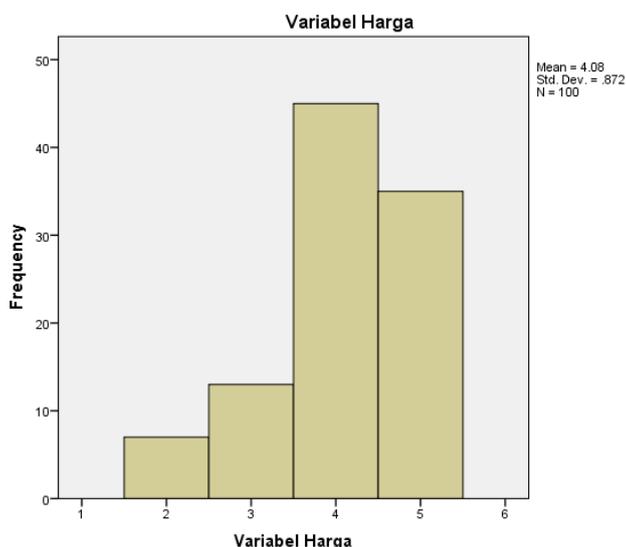
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitekur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Harga. Variabel harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.16 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Harga**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Ragu-ragu	13	13.0	13.0	20.0
	Setuju	45	45.0	45.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 7%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 93%, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tamu hotel menyatakan harga tidak menjadi alasan utama menginap atau tidak. Karena yang mereka utamakan adalah *view* atau pemandangan yang didapatkan oleh tamu hotel. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel harga cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel harga yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Harga berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.15. Data Responden Berdasarkan Variabel Harga (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 30,33, dan 35 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Untuk harga sesuai lah mas dengan fasilitas yang ditawarkan, terdapat fasilitas yang lengkap dan tamu itu bisa mengakses dan gratis”, “Soal harga menurut saya pribadi tidak ada masalah mas, karena saya juga mendapatkan fasilitas sesuai dengan harga yang saya bayar”, “Harga untuk hotel dengan fasilitas seperti Novotel ini buat saya masih sesuai dengan yang ditawarkan mas, fasilitas pendukungnya juga banyak, ada tempat meeting yang waktu saya ada pekerjaan bisnis bisa saya pergunakan”.*

## 16. Variabel Promosi

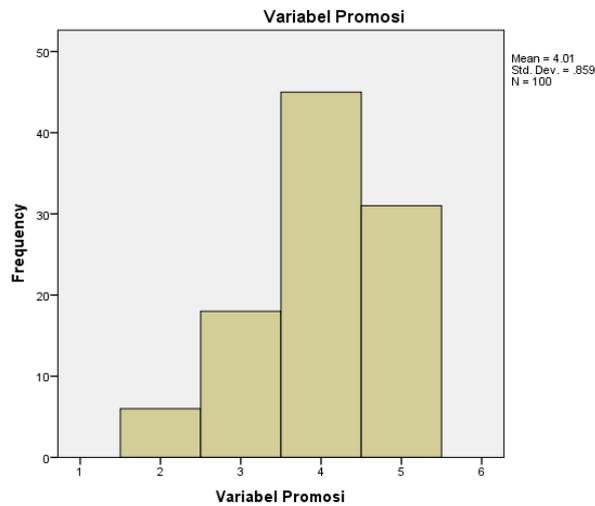
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Promosi. Variabel promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen membeli atau mengkonsumsinya. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.17 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Ragu-ragu	18	18.0	18.0	24.0
	Setuju	45	45.0	45.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 24%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 76%, hal ini menunjukkan bahwa promosi yang sudah dilakukan para staff dan pekerja untuk menarik para responden untuk menginap dengan cara pelayan jasa dan penawaran-penawaran menarik sudah cukup baik. Untuk dapat membantu *incame* dari hotel meningkat adalah dengan melaksanakan promosi dengan baik. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel promosi cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisioner. Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel promosi yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Promosi berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.16. Data Responden Berdasarkan Variabel Promosi (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 33,36, dan 38 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Penawaran yang dilakukan staff hotel baik, dan pelayanannya memuaskan, dan tidak membuat saya kapok untuk menginap”, “Novotel menawarkan suasana yang nyaman dimana setiap kamar yang dipesan itu terdapat area taman”, “Penawaran yang menurut saya menarik itu adalah saat saya diberikan info terdapat kamar hotel yang bisa langsung mengakses taman. Saya bisa pindah namun dengan menambah biaya, tetapi sesuai dengan apa yang saya dapatkan”,*

### 17. Variabel Distribusi

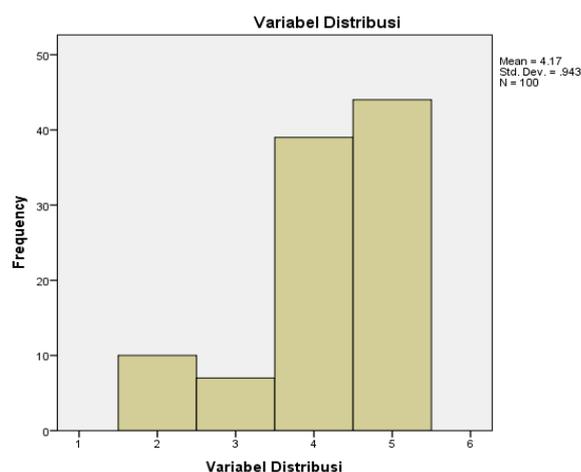
Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat pengaruh arsitekur Bioklimatik terhadap preferensi responden berdasarkan variabel Distribusi. Variabel distribusi adalah salah satu aspek pemasaran, yang dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penjualan dan kesan baik bagi produk. Data dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 5.18 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Distribusi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Ragu-ragu	7	7.0	7.0	17.0
	Setuju	39	39.0	39.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Yang menjawab tidak setuju sampai ragu-ragu hanya sebesar 17%, sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 83%, hal ini menunjukkan bahwa distribusi dari pemasaran untuk menarik tamu menginap atau membuat tamu merasa nyaman berada di hotel. Sehingga kemungkinan responden untuk memilih menginap dengan alasan variabel distribusi cukup besar dengan melihat dari hasil yang diperoleh dari kuisisioner Tujuan dari hasil analisis diatas adalah untuk melihat seberapa besar ketersetujuan responden terhadap variabel distribusi yang mempengaruhi preferensi mereka untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Dinyatakan bahwa dari penjelasan data diatas variabel Distribusi berpengaruh terhadap preferensi responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite.



Gambar 5.17. Data Responden Berdasarkan Variabel Distribusi (Hasil Olah Data, 2020)

Hasil dari analisis diatas sesuai dengan pernyataan responden 32 dan 34 yang dapat menguatkan hasil di atas, reponden menyatakan sebagai berikut:

*“Setelah saya mnginap disini saya jadi senang mas, suasana hati juga enak”,  
 “Untuk dampaknya buat saya ya senang mas, saya disini benar-benar merasakan istirahat walaupun hotelnya berada di tengah-tengah kota”.*

### **5.1.3 Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Terkait Keputusan Untuk Menginap pada Hotel Novotel**

Berikut adalah responden yang dipilih secara acak atau random untuk diminta mengisi kuisisioner untuk melihat apakah penerapan konsep arsitektur Bioklimatik pada hotel mempengaruhi preferensi konsumen untuk memilih menginap di hotel Novotel Suite. Datanya adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.19 Rekap Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen**

No	R	TB	No	R	TB									
1	1	66	21	1	69	41	1	65	61	2	74	81	1	76
2	1	58	22	2	73	42	2	73	62	1	75	82	2	81
3	1	58	23	2	74	43	1	76	63	1	80	83	2	75
4	2	76	24	1	69	44	1	75	64	1	81	84	1	72
5	2	66	25	2	75	45	1	70	65	2	80	85	1	73
6	1	65	26	2	67	46	2	69	66	2	79	86	1	73
7	2	47	27	1	68	47	1	73	67	2	79	87	2	80
8	1	69	28	2	72	48	2	78	68	1	76	88	1	73
9	1	66	29	2	70	49	1	75	69	1	71	89	2	80
10	1	69	30	1	77	50	1	75	70	2	78	90	1	80
11	2	63	31	1	68	51	1	79	71	1	77	91	1	74
12	2	70	32	1	67	52	1	76	72	2	81	92	2	79
13	1	65	33	1	70	53	1	71	73	1	78	93	2	77
14	2	74	34	2	79	54	2	70	74	1	81	94	2	73
15	1	76	35	1	71	55	1	75	75	1	81	95	1	75
16	2	78	36	2	77	56	2	73	76	1	81	96	1	77
17	1	75	37	1	69	57	1	80	77	1	75	97	2	71
18	1	66	38	1	75	58	1	73	78	2	74	98	1	82
19	1	71	39	1	69	59	1	78	79	1	74	99	2	80
20	1	66	40	2	67	60	2	70	80	1	81	100	1	81

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Keterangan:

R = Responden (1 = Laki-laki, 2 = Perempuan), TB = Tingkat Bioklimatik

Terdapat 100 orang responden kuisioner yang dikaitkan dengan prefrensi konsumen. Dimana terdapat 17 sub variabel pereferensi konsumen yang terbagi menjadi 4 variabel besar. Dari 100 responden yang sudah mengisi kuisioner didapatkan hasil seperti tabel 5.25 dengan responden memiliki tingkat Bioklimatik sebesar 73,2 %. Dapat disimpulkan bahwa responden yang menginap memiliki ketertarikan terhadap alam/berdekatan dengan alam dan lingkungan sekitar. Yang dalam hal ini didapatkan dari sebuah bangunan hotel Novotel Suite yang menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik dengan menciptakan kenyamanan bagi pengguna tanpa mengenyampingkan lingkungan sekitar. Hal ini terlihat dari hasil tingkat Bioklimatik yang mencapai 73,2%. Untuk data lengkap hasil uji analisis dapat dilihat pada lampiran 5.

## **5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Hubungan Antar Variabel Preferensi Konsumen Terkait Keputusan Menginap di Novotel**

Pada sub-bab sebelumnya sudah didapatkan hasil bahwa konsep arsitektur Bioklimatik berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap pada hotel Novotel Suite. Untuk itu tahapan selanjutnya harus dilakukan adalah untuk mengetahui faktor-faktor dari preferensi konsumen yang akhirnya mempengaruhi dalam keputusan untuk menginap pada hotel Novotel. Dan melihat apakah antar variabel preferensi terdapat hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya.

### **5.2.1 Analisis Data Penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Hubungan Antar Variabel Preferensi Konsumen**

Pada sub-bab ini akan dibahas penggunaan analisis statistik deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan variabel penelitian yang diperoleh dari hasil pengukuran yang meliputi, mengukur rata-rata (mean) standar deviasi, dan penggunaan analisis statistik inferensial untuk mencari faktor yang mempengaruhi dan hubungan antar faktor.

#### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Sebelum mendapatkan faktor dominan dengan melihat berdasarkan faktor mean dan standar deviasi. Terlebih dahulu dilakukan uji beda mean dan standar deviasi. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan diantara populasi tersebut. Apabila hasil melalui uji *one-way analysis of variance* (ANOVA) dinyatakan berbeda antara mean dan standar deviasinya, maka selanjutnya dapat dilakukan *plotting* diagram melalui skor mean dan standar deviasi. Uji beda mean dan standar deviasi diawali dengan hipotesa awal ( $H_0$ ).  $H_0$  yang akan diuji adalah tidak ada perbedaan diantara populasi. Jadi, apabila  $H_0$  ditolak maka terdapat perbedaan mean diantara populasi setiap faktor. Sedangkan apabila hasil  $H_0$  diterima maka tidak ada perbedaan mean populasi setiap faktor. Pada uji beda ini, menggunakan level signifikansi dan nilai F. Signifikansi yang digunakan 95% atau  $\alpha$  0,05 maka apabila nilai uji lebih kecil ( $<$ ) 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya. Dan nilai F yang digunakan adalah dengan melihat nilai F Hitung, apabila nilai tersebut lebih kecil dari F tabel maka  $H_0$  ditolak.

**Tabel 5.20 Hasil Uji Beda Mean dan Standar Deviasi**

No	Keterangan	F Hitung	F Tabel	Nilai Sig.	Hasil
1	Ujia beda mean	0,417	2,490	0,883	Ho ditolak
2	Uji beda standar deviasi	0,943	2,490	0,184	Ho ditolak

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Tabel 5.20 diatas menunjukkan bahwa uji beda mean menghasilkan  $H_0$  ditolak, hal ini berarti terdapat perbedaan mean diantara populasi. Sama dengan uji beda mean, uji standar deviasi juga menyatak hal yang serupa yaitu  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat perbedaan standar deviasi diantara populasi. Dengan hal tersebut, maka analisis selanjutnya dapat diteruskan yaitu mencari faktor dominan menggunakan nilai mean dan standar deviasi. Dalam mendapatkan faktor dominan berdasarkan skor yang telah diberikan oleh responden, sebanyak 17 variabel yang akan diurutkan berdasarkan nilai mean dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Kemudian akan dilakukan *pemetaan/plotting* pada diagram mean dan deviasi atau yang disebut kartesius. Analisis statistik deskriptif merupakan alat analaisis untuk menjelaskan, meringkas, mereduksi, menyederhanakan, mengorganisasi, dan menyajikan data kedalam bentuk yang teratur, sehingga mudah dibaca, dipahami, dan disimpulkan (Wiyono, 2001).

17 variabel preferensi konsumen yang akan digunakan dalam tahap analisis untuk mengetahui faktor-faktor preferensi apa yang mempengaruhi konsumen untuk menginap menurut Engel et al, 1990 dapat dilihat pada bab tinjaun pusataka pada tabel 2.2. Perilaku pengambilan keputusan konsumen & faktor yang mempengaruhi

a. Analisa Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Mean

Variabel identifikasi keberhasilan berdasarkan nilai mean dilihat dari skor mean tertinggi sampai mean terendah. Semakin besar nilai mean yang dihasilkan berarti semakin besar tingkat persetujuan responden terhadap variabel tersebut. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 5.21 Berikut ini.

**Tabel 5.21 Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Mean**

No	Kode Var.	Faktor Dominan	Nilai Mean
1	V2.6	Demografi	4.65
2	V3.2	Pembelajaran	4.64
3	V3.1	Pengelolaan Informasi	4.53
4	V2.5	Gaya Hidup	4.52
5	V3.3	Sikap & Perilaku	4.45
6	V4.1	Produk	4.43
7	V2.2	Pengetahuan	4.41
8	V1.2	Kelas social	4.32
9	V2.1	Motivasi	4.30
10	V2.3	Sikap	4.27
11	V1.3	Keluarga	4.19
12	V4.4	Distribusi	4.17
13	V1.4	Situasi	4.13
14	V2.4	Kepribadian	4.12
15	V4.2	Harga	4.08
16	V4.3	Promosi	4.01
17	V1.1	Budaya	3.99

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Tabel 5.21 menjelaskan hasil analisa statistik deskriptif berdasarkan nilai mean pada masing-masing sub-variabel. Berdasarkan perhitungan nilai mean tersebut, maka dihasilkan urutan sub-variabel berdasarkan nilai mean tertinggi hingga terendah. Pada tabel menunjukkan bahwa nilai mean tertinggi pilihan responden adalah sub-variabel demografi karena para pengunjung hotel merasakan tidak hanya para tamu hotel yang bisa merasakan penerapan arsitektur Bioklimatik, tetapi juga masyarakat sekitar/lingkungan sekitar. Berikutnya adalah pembelajaran baru yang dirasa penting yang didapatkan oleh reponden hotel, dan informasi yang diberikan para staff hotel terkait informasi hotel Novotel Suite.

Posisi selanjutnya adalah gaya hidup, sikap & prilaku, produk, pengetahuan dan kelas sosial. Untuk posisi tengah-tengah adalah variabel motivasi yang bisa memotivasi para responden untuk menginap kembali. Selanjutnya ada sub-variabel sikap, keluarga, distribusi, situasi, kepribadian, harga yang berada pada posisi tiga terendah yang menurut responden bahwa harga sedikit berpengaruh. Berikutnya ada sub-varaibel promosi, dan mean terendah adalah harga responden menyatakan bahwa sub-variabel budaya.

b. Analisa Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Standar Deviasi

Variabel identifikasi keberhasilan berdasarkan nilai standar deviasi dilihat dari skor terendah hingga skor tertinggi. Semakin kecil nilai standar deviasi mengindikasikan semakin tinggi tingkat kesepakatan seluruh responden terhadap tingkat rata-rata persetujuan. Hasilnya dapat dilihat pada table 5.22 Berikut:

**Tabel 5.22 Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Standar Deviasi**

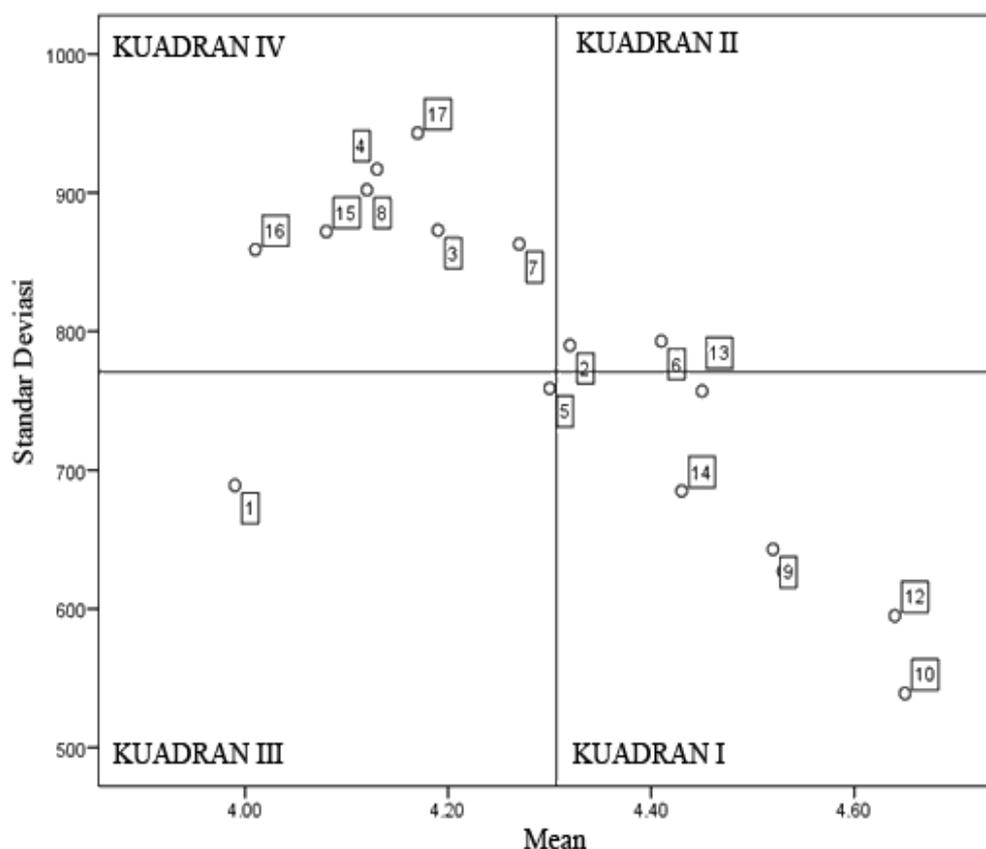
No	Kode Var.	Faktor Dominan	Nilai Standar Deviasi
1	V2.6	Demografi	0,539
2	V3.2	Pembelajaran	0,595
3	V3.1	Pengelolaan Informasi	0,627
4	V2.5	Gaya Hidup	0,643
5	V4.1	Produk	0,685
6	V1.1	Budaya	0,689
7	V3.3	Sikap & Perilaku	0,757
8	V2.1	Motivasi	0,759
9	V1.2	Kelas social	0,790
10	V2.2	Pengetahuan	0,793
11	V4.3	Promosi	0,859
12	V2.3	Sikap	0,863
13	V4.2	Harga	0,872
14	V1.3	Keluarga	0,873
15	V2.4	Kepribadian	0,902
16	V1.4	Situasi	0,917
17	V4.4	Distribusi	0,943

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Tabel 5.22 menunjukkan variabel yang diurutkan berdasarkan nilai standar deviasi. Urutan variabel tersebut dimulai dengan nilai terendah hingga nilai yang tertinggi. Pada tabel tersebut urutannya hampir sama dengan pilihan responden saat analisis mean, nilai terendah ditempati posisi demografi, pembelajaran, pengelolaan informasi, dan gaya hidup yang menyatakan bahwa responden sepakat dengan sub-variabel tersebut. Urutan selanjutnya adalah produk, budaya, sikap & perilaku, motivasi, kelas social, pengetahuan, promosi, sikap, harga, keluarga, kepribadian, situasi, dan distribusi yang berada di posisi terakhir yang menyatakan responden kurang sepakat terhadap tingkat rata-rata persetujuan.

c. Analisa Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Mean dan Standar Deviasi

Diagram Mean-Standar Deviasi menggambarkan *plotting/pemetaan* masing-masing variabel yang diurutkan berdasarkan nilai mean dan standar deviasi. Variabel tersebut dipetakan pada sebuah diagram yang terbagi menjadi empat bagian kuadran. Berikut adalah hasil pemetaan masing-masing variabel.



Gambar 5.18. Diagram Kartesius Mean-Standar Deviasi (Hasil Olah Data, 2020)

Tujuan dilakukannya *plotting/pemetaan* adalah untuk melihat kelompok atau urutan tertinggi berdasarkan jawaban responden. Pada gambar 5.18, digambarkan bahwa kuadran satu merupakan peta dengan nilai tertinggi dan merupakan pilihan utama responden dengan tingkat persetujuan tinggi lalu disusul oleh kuadran dua, kuadran tiga, dan kuadran empat yang merupakan nilai terendah yang didapatkan peneliti selama periode kuisisioner penelitian. Setelah dipetakan pada diagram, lalu diurutkan dalam tabel sehingga lebih jelas dan mudah dalam pemahamannya. Hal tersebut akan diuraikan pada tabel 5.23 berikut ini:

**Tabel 5.23 Faktor Dominan Berdasarkan Nilai Mean dan Standar Deviasi**

<b>Kuadran</b>	<b>No</b>	<b>Kode Var.</b>	<b>Faktor Dominan</b>	<b>Nilai Mean</b>	<b>Nilai Standar Deviasi</b>
<b>Kuadran 1</b>	9	V2.5	Gaya Hidup	4.52	0,643
	10	V2.6	Demografi	4.65	0,539
	11	V3.1	Pengelolaan Informasi	0,627	0,627
	12	V3.2	Pembelajaran	4.64	0,595
	13	V3.3	Perubahan Sikap dan Perilaku	4.45	0,757
<b>Kuadran 2</b>	14	V4.1	Produk	4.43	0,685
	2	V1.2	Kelas Sosial	4.32	0,790
<b>Kuadran 3</b>	6	V2.2	Pengetahuan	4.41	0,793
<b>Kuadran 4</b>	1	V1.1	Budaya	3.99	0,689
	5	V2.1	Motivasi	4.30	0,759
<b>Kuadran 4</b>	3	V1.3	Keluarga	4.19	0,873
	4	V1.4	Situasi	4.13	0,917
	7	V2.3	Sikap	4.27	0,863
	8	V2.4	Kepribadian	4.12	0,902
	15	V4.2	Harga	4.08	0,872
	16	V4.3	Promosi	4.01	0,859
	17	V4.4	Distribusi	4.17	0,943

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Kuadran I menunjukkan variabel-variabel yang memiliki urutan pertama karena memiliki mean terbesar dan nilai standar deviasi terendah. Sedangkan untuk variabel yang berada pada kuadran II merupakan variabel kedua utama yang dipilih oleh responden dalam pertimbangan menginap di hotel Novotel Suite. Setelah itu di susul kuadran III dan kuadran IV.

Berdasarkan hasil penelitian secara deskriptif melalui tabel 5.23 diketahui bahwa variabel gaya hidup, demografi, pengelolaan informasi, pembelajaran perubahan sikap & perilaku, dan produk merupakan variabel yang berada pada urutan pertama dan kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut mendapatkan skor tinggi dari responden dan mayoritas responden sepakat dengan jawaban tersebut.

Untuk variabel kelas sosial dan pengetahuan merupakan variabel yang berada pada urutan kedua dan kuadran II. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut mendapatkan skor tinggi dari responden dan mayoritas responden sepakat dengan jawaban tersebut. Selanjutnya untuk variabel budaya dan motivasi merupakan variabel yang berada pada urutan ketiga dan Kuadran III. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel tersebut mendapatkan skor tinggi dari responden dan mayoritas responden sepakat dengan jawaban tersebut. Dan yang terakhir adalah variabel keluarga, situasi, sikap, kepribadian, harga, promosi, dan distribusi merupakan variabel yang berada pada urutan ke empat dan kuadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut mendapatkan skor tinggi dari responden dan mayoritas responden sepakat dengan jawaban tersebut.

Gaya hidup yang sehat (lebih berdekatan dengan alam) pada era modern saat ini memang sangat sulit didapatkan. Terutama pada bangunan komersial seperti hotel yang biasanya lebih melihat sisi *financial*. Tetapi berbeda dengan Novotel yang menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik yang memperhatikan iklim setempat tanpa mengenyampingkan lingkungan sekitar. Hal ini sangat mendukung gaya hidup responden yang ingin lebih menyatu dengan lingkungan sekitar.

Untuk itu informasi terkait hotel Novotel Suite yang menerapkan arsitektur Bioklimatik sangat penting untuk bisa di ketahui oleh para tamu hotel dan masyarakat. Hal tersebut berguna sebagai produk pemasaran yang mengkampanyekan hidup berdekatan dengan lingkungan sekitar. Dari hotel Novotel yang menerapkan arsitektur Bioklimatik para tamu/responden juga bisa belajar tentang bangunan yang masih bisa berdampingan dengan alam sekitarnya/memperhatikan lingkungan sekitar. Hal ini jika dilakukan setiap hari atau bahkan menjadi kebiasaan ingin berdekatan dengan lingkungan sekitar akan mampu merubah sikap dan perilaku. Misalkan yang awalnya tidak terlalu peduli dengan bangunan yang bisa berdampingan dengan lingkungan sekitar bisa lebih peduli.

## **2. Analisis Statistik Inferensial**

Analisa statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasil tersebut diberlakukan untuk populasi, seperti menggunakan analisis faktor, berikut adalah tahapan analisis faktor yang dilakukan:

### **a. Pengkodean Variabel**

Pengkodean variabel ini digunakan untuk mempermudah dalam membaca hasil analisa data. Pada saat *input* data, proses analisa akan menggunakan kode-kode variabel sehingga lebih praktis. Kode masing-masing variabel berasal dari urutan nomer kuisisioner yang telah disebarakan kepada responden, berikut tabelnya:

**Tabel 5.24 Kode Sub-Variabel Penelitian**

<b>Nama</b>	<b>No kode</b>
Budaya (kebiasaan sehari-hari saya sudah dapat terpenuhi di Hotel.)	V1.1
Kelas Sosial (tidak ada perbedaan kelas sosial yang membedakan tamu hotel jika yang dibayarkan tamu hotel tersebut sama dengan tamu lainnya)	V1.2
Keluarga (penerapan arsitektur bioklimatik dapat mendukung kegiatan bersama keluarga).	V1.3
Situasi (Hotel sudah terasa aman dan nyaman).	V1.4
Motivasi (penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel mendorong untuk menginap kembali).	V2.1
Pengetahuan (pengetahuan baru mengenai arsitektur bioklimatik yang diterapkan pada Hotel).	V2.2
Sikap (terdapat perbedaan masing-masing individu dalam menyikapi penerapan arsitektur bioklimatik pada Hotel).	V2.3
Kepribadian (penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel membuat ingin berdekatan dengan alam).	V2.4
Gaya Hidup (penerapan arsitektur bioklimatik pada Hotel dapat mendukung gaya hidup yang lebih baik).	V2.5
Demografi (penerapan arsitektur bioklimatik tidak hanya dapat dirasakan oleh pengunjung hotel, tetapi didapatkan oleh staff dan pekerja yang ada di Novotel. Masyarakat sekitar yang tinggal berdekatan dengan hotel akan dapat merasakan juga).	V2.6
Pengelolaan Informasi (staff hotel telah memberikan penjelasan dan informasi mengenai hotel dengan baik dan terperinci apa saja yang harus diketahui oleh tamu hotel).	V3.1
Pembelajaran (banyak hal mengenai menyatunya alam dan bangunan yang dapat di temukan pada hotel).	V3.2
Perubahan Sikap dan Perilaku (sikap dan perilaku saya berubah untuk lebih berdekatan dengan alam).	V3.3
Produk (merasa kamar dan fasilitas pendukung lainnya sudah baik).	V4.1
Harga (harga yang diberikan pihak hotel tidak mempengaruhi tamu hotel untuk menginap).	V4.2
Promosi (Penawaran yang diberikan hotel untuk membuat para tamu lebih ingin menginap di Novotel).	V4.3

Nama	No kode
Distribusi (pengaruh penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel sangat memberikan dampak baik bagi pengunjung karena untuk memperlancar proses pemasaran).	V4.4

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

#### b. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dapat dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018). Untuk uji validitas variabel, akan digunakan teknik uji validitas dengan korelasi *Product Moment Pearson*. Hasil *r* hitung pada masing-masing variabel akan dibandingkan dengan nilai *r* tabel *Product Moment* dengan taraf signifikan 5%. Jika nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, maka variabel tersebut dinyatakan valid. Dari hasil kuisioner 100 responden yang sudah diperoleh, berikut ini disajikan tabel korelasi untuk memperoleh kevalidan sebuah variabel.

**Tabel 5.25 Data Uji Validitas Variabel**

Variabel	R_hitung	R_tabel (n=100, α=5%)	Keterangan	Hasil
Budaya	0,428	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Kelas Sosial	0,436	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Keluarga	0,547	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Situasi	0,363	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Motivasi	0,448	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Pengetahuan	0,521	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Sikap	0,488	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Keperibadian	0,381	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Gaya hidup	0,398	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Demografi	0,238	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

Variabel	R_hitung	R_tabel (n=100, α=5%)	Keterangan	Hasil
Pengelolaan informasi	0,440	0,195	r_hitung > r_tabel	VALID
Pembelajaran	0,383	0,195	r_hitung > r_tabel	VALID
Perubahan sikap dan perilaku	0,492	0,195	r_hitung > r_tabel	VALID
Produk	0,437	0,195	r_hitung > r_tabel	VALID
Harga	0,393	0,195	r_hitung > r_tabel	VALID
Promosi	0,577	0,195	r_hitung > r_tabel	VALID
Distribusi	0,577	0,195	r_hitung > r_tabel	VALID

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Dari Tabel 5.25, dapat diketahui bahwa semua sub-variabel dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai korelasi/r\_hitung seluruh sub-variabel tersebut memiliki angka lebih besar dari r\_tabel. Dari hasil tabel uji di atas, maka semua sub-variabel dapat digunakan dan valid untuk proses analisis selanjutnya.

### c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument (kuisisioner) dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi. Uji reliabilitas melihat nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) sebesar 0,6. Jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) melebihi atau sama dengan 0,6 maka pernyataan-pernyataan tersebut konsisten dan relevan terhadap variabel serta reliabel atau dapat diandalkan jika diterapkan pada sampel, tempat, dan waktu pengambilan yang berbeda (Malhotra, 2009).

**Tabel 5.26 Uji Reliabilitas Masing-Masing Kelompok Variabel**

Variabel	Nilai <i>cronbach's alpha</i>	Jumlah item	Keterangan
Pengaruh Lingkungan	0,627	4	RELIABEL
Perbedaan Individu	0,662	6	RELIABEL
Proses Psikologis	0,638	3	RELIABEL

Variabel	Nilai <i>cronbach's alpha</i>	Jumlah item	Keterangan
Bauran Pemasaran	0,631	4	RELIABEL

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Variabel penelitian diuji pada masing-masing kelompok variabel. Karena pada penelitian ini menggunakan empat kelompok variabel utama, maka pengujian dilakukan pada masing-masing kelompok tersebut. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 5.26. Pada tabel tersebut tertera bahwa setiap kelompok variabel reliabel, karena menunjukkan angka di atas 0,6 yang merupakan batas nilainya. Sehingga semua variabel dapat digunakan untuk analisis pada tahap selanjutnya.

#### d. Uji KMO dan Bartlett's Tes

Variabel yang pertama adalah menentukan besaran nilai *Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*. Besarnya KMO digunakan untuk mengukur kecukupan sampel dengan cara membandingkannya dengan koefisien korelasi yang diamati dengan koefisien korelasi parsialnya. Berdasarkan hasil analisa data, didapat *output* sebagai berikut:

**Tabel 5.27 Hasil Analisis KMO and Bartlett's Test**

<b>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</b>		<b>.636</b>
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	401.789
	df	136
	Sig.	.000

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Dari tabel 5.27 yaitu hasil uji analisis KMO and Bartlett's Test, dapat terlihat bahwa nilai KMO-MSA yang didapatkan adalah sebesar 0,636. Angka tersebut mengindikasikan hasil yang cukup baik mengingat angka tersebut berada diatas nilai ambang batas yaitu 0,5. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000 yang menjelaskan bahwa faktor pembentuk variabel ini sudah baik dan merupakan sampel yang memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

#### e. Uji Anti-Image Matrices

Pada tabel *Anti-Image Matrices*, dapat terlihat sejumlah angka dengan tanda "...<sup>aa</sup>" yang menandakan besaran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) pada

sebuah variabel. Dari hasil analisa program statistika, dapat dijelaskan secara singkat pada tabel 5.28 sehingga mudah dimengerti seperti berikut:

**Tabel 5.28 Hasil Analisis *Anti-Image Matrices***

No	Kode Variabel	Nilai Anti-Image Correlation	Hasil
1	Budaya	,570 <sup>a</sup>	√
2	Kelas Sosial	,561 <sup>a</sup>	√
3	Keluarga	,699 <sup>a</sup>	√
4	Situasi	,554 <sup>a</sup>	√
5	Motivasi	,781 <sup>a</sup>	√
6	Pengetahuan	,627 <sup>a</sup>	√
7	Sikap	,698 <sup>a</sup>	√
8	Keperibadian	,710 <sup>a</sup>	√
9	Gaya hidup	,621 <sup>a</sup>	√
10	Demografi	,469 <sup>a</sup>	X
11	Pengelolaan informasi	,648 <sup>a</sup>	√
12	Pembelajaran	,564 <sup>a</sup>	√
13	Perubahan sikap dan perilaku	,719 <sup>a</sup>	√
14	Produk	,716 <sup>a</sup>	√
15	Harga	,632 <sup>a</sup>	√
16	Promosi	,741 <sup>a</sup>	√
17	Distribusi	,660 <sup>a</sup>	√

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Dari hasil uji *Anti-Image Matrices* pada tabel 5.28 diatas, dapat terlihat bahwa angka MSA untuk variabel demografi menunjukkan angka 0,469<sup>a</sup> sehingga variabel tersebut perlu direduksi karena tidak memenuhi batas nilai 0,5. Pereduksian variabel perlu dilakukan dengan langkah yaitu mereduksi variabel demografi tersebut. Untuk analisis selanjutnya variabel demografi perlu direduksi dan dilakukan analisis ekstraksi kembali untuk melihat nilai MSA dari variabel yang lain. Berikut adalah hasil uji *Anti-Image Matrices* setelah reduksi variabel demografi.

**Tabel 5.29 Hasil Analisis *Anti-Image Matrices* Setelah Reduksi**

No	Kode Variabel	Nilai Anti-Image Correlation	Hasil
1	Budaya	,579 <sup>a</sup>	√
2	Kelas Sosial	,556 <sup>a</sup>	√
3	Keluarga	,722 <sup>a</sup>	√
4	Situasi	,625 <sup>a</sup>	√
5	Motivasi	,783 <sup>a</sup>	√
6	Pengetahuan	,626 <sup>a</sup>	√

No	Kode Variabel	Nilai Anti-Image Correlation	Hasil
7	Sikap	,697 <sup>a</sup>	√
8	Keperibadian	,708 <sup>a</sup>	√
9	Gaya hidup	,619 <sup>a</sup>	√
10	Demografi	,650 <sup>a</sup>	√
11	Pengelolaan informasi	,573 <sup>a</sup>	√
12	Pembelajaran	,708 <sup>a</sup>	√
13	Perubahan sikap dan perilaku	,726 <sup>a</sup>	√
14	Produk	,698 <sup>a</sup>	√
15	Harga	,742 <sup>a</sup>	√
16	Promosi	,683 <sup>a</sup>	√

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Setelah mereduksi variabel demografi diatas, hasil akhir menunjukkan bahwa semua angka MSA dari masing-masing variabel pada tabel *Anti-Image Matrices* telah memenuhi syarat dan memenuhi batas 0,5. Dengan demikian, seluruh variabel yang berjumlah total 16 pada tabel bisa di analisis ketahap selanjutnya.

#### f. Hasil Analisis *Communalities*

Setelah melakukan pengujian variabel melalui tahap *Anti-Image Matrices* sehingga dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis faktor yaitu *factoring* atau menurunkan satu faktor atau lebih dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya. Tetapi sebelum masuk kedalam analisis faktor eksploratori, dilakukan dulu ekstraksi *Communalities*.

*Communalities* pada dasarnya adalah jumlah varians (bisa dari presentase) dari suatu variabel mula-mula bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Metode yang digunakan untuk melakukan ekstraksi pada penelitian ini adalah metod PCA (*Principal Component Analysis*) dengan ketentuan bahwa semakin besar nilai *Communalities* sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Ekstraksi *Communalities* dapat dilihat pada tabel 5.30 berikut ini:

**Tabel 5.30 Hasil Analisis *Communalities***

No	Nama Varibabel	Initial	Extraction
1	Variabel Budaya	1.000	.765

No	Nama Variabel	Initial	Extraction
2	Variabel Kelas Sosial	1.000	.758
3	Variabel Keluarga	1.000	.676
4	Variabel Situasi	1.000	.824
5	Variabel Motivasi	1.000	.517
6	Variabel Pengetahuan	1.000	.707
7	Variabel Sikap	1.000	.693
8	Variabel Kepribadian	1.000	.543
9	Variabel Gaya Hidup	1.000	.661
10	Variabel Pengolahan Informasi	1.000	.675
11	Variabel Pembelajaran	1.000	.784
12	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	1.000	.684
13	Variabel Produk	1.000	.467
14	Variabel Harga	1.000	.629
15	Variabel Promosi	1.000	.571
16	Variabel Distribusi	1.000	.674

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

*Communalities* merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel tersebut terhadap faktor yang telah terbentuk. Dalam menjelaskan besarnya kontribusi pada faktor yang terbentuk sebagai contoh adalah variabel situasi, pada variabel tersebut menunjukkan angka 0,824. Hal ini berarti bahwa sekitar 82,4% varians dari variabel tersebut dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

g. Hasil Analisis *Total Variance Explained*

Jumlah faktor yang terbentuk dapat diketahui melalui hasil uji *Total Variance Explained* dengan melihat kolom *Initial Eigenvalues*. Pada tabel tersebut, jumlah faktor bersama yang terbentuk adalah sebanyak 16 faktor bersama. Faktor bersama dengan nilai *Initial Eigenvalues* yang lebih dari 1 merupakan faktor yang mewakili sub-variabel pembentuknya. Hasil uji *Total Variance Explained* dapat dilihat pada tabel 5.31 berikut ini:

**Tabel 5.31 Hasil Analisis Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	Variance	Cumulative %	total	% of Variance	Cumulative %
1	3.474	21.713	21.713	3.474	21.713	21.713
2	2.047	12.791	34.503	2.047	12.791	34.503
3	1.622	10.140	44.643	1.622	10.140	44.643
4	1.368	8.549	53.192	1.368	8.549	53.192
5	1.116	6.976	60.169	1.116	6.976	60.169
6	1.002	6.265	66.434	1.002	6.265	66.434
7	.909	5.679	72.113			
8	.714	4.461	76.575			
9	.652	4.076	80.651			
10	.625	3.905	84.556			
11	.581	3.630	88.186			
12	.504	3.149	91.335			
13	.396	2.478	93.813			
14	.376	2.352	96.165			
15	.357	2.234	98.399			
16	.256	1.601	100.000			

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Setelah dilakukan ekstraksi dari langkah sebelumnya, tampak dalam tabel 5.31 bahwa faktor yang terbentuk sebanyak 6 faktor. Faktor-faktor tersebut terbentuk karena memiliki nilai *Initial Eigenvalues* lebih dari 1,00. Angka *eigenvalues* dibawah 1 tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Dengan presentase kumulatif sebesar 66,434, hal ini menunjukkan bahwa ke enam faktor tersebut akan mampu menjelaskan 66,434% dari variabilitas kesemua variabel asli tersebut. Jadi enam faktor mampu menjelaskan 66,434% dari setiap variabel yang berjumlah 16 tersebut.

#### h. Hasil Analisis *Component Matrix*

Hasil uji *Component Matrix* pada hasil kuisioner penelitian ini dapat diperhatikan melalui nilai komponen faktornya. Apabila dalam masing-masing sub-variabel menunjukkan nilai  $<0,5$  maka sub-variabel tersebut bukan merupakan anggota faktor yang terbentuk. Tapi jika nilainya  $>0,5$  maka sub-variabel tersebut merupakan anggota faktor yang terbentuk. Setelah diketahui bahwa enam faktor adalah faktor yang terbentuk secara optimal, maka dapat dipilih pada tabel

*Component Matrix* yang menunjukkan distribusi dari ke-16 variabel yang tersisa pada enam faktor yang terbentuk.

Angka-angka yang tertera pada tabel tersebut adalah faktor loading yang menunjukkan besar korelasi antar suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, dan seterusnya. Proses penentuan variabel tersebut termasuk kedalam kelompok faktor yang mana akan ditentukan melalui besarnya nilai korelasi pada setiap baris. Apabila dalam suatu variabel memiliki nilai korelasi yang hampir sama, maka perlu dilakukan langkah rotasi faktor pada analisis selanjutnya. Hal ini perlu dilakukan agar setiap variabel tidak memiliki nilai hampir sama sehingga dapat dengan jelas dikelompokkan pada suatu kelompok faktor.

**Tabel 5.32 Hasil Analisis Component Matrix<sup>a</sup>**

Nama Variabel	Component					
	1	2	3	4	5	6
Variabel Budaya	.433	-.266	.131	.381	.004	-.586
Variabel Kelas Sosial	.434	-.306	.507	.418	.205	.050
Variabel Keluarga	.511	-.391	.333	.286	-.237	.118
Variabel Situasi	.356	-.133	.245	-.087	-.701	.347
Variabel Motivasi	.414	.507	.151	.133	.110	.191
Variabel Pengetahuan	.533	.524	.351	-.155	.021	-.022
Variabel Sikap	.486	.673	.043	.008	-.043	.031
Variabel Kepribadian	.345	.479	-.405	-.046	-.157	-.056
Variabel Gaya Hidup	.417	.248	.449	-.300	.130	-.343
Variabel Pengolahan Informasi	.465	-.339	-.263	-.450	-.156	-.220
Variabel Pembelajaran	.415	-.278	.088	-.219	.519	.458
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.536	-.460	-.109	-.407	-.059	.060
Variabel Produk	.468	-.104	-.110	-.381	.280	-.035
Variabel Harga	.389	-.069	-.486	.388	.279	.093
Variabel Promosi	.602	-.087	-.365	.121	-.080	-.216
Variabel Distribusi	.562	.101	-.440	.314	-.104	.212

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Pada tabel 5.32 menunjukkan bahwa masih ada beberapa masing-masing sub-variabel pada ke-enam kolom yang memiliki nilai <0,5 sehingga perlu dilakukan pengulangan proses analisa dengan menggunakan rotasi faktor dengan metode *Varimax* pada proses selanjutnya.

i. Hasil Analisis Rolated Component Matrix

Setelah dilakukan pengulangan analisis faktor dengan merotasi faktor metode *varimax*, maka didapatkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 5.33. Tujuan rotasi faktor adalah untuk memperjelas variabel yang masuk kedalam faktor tertentu berdasarkan nilai yang terbesar. Rotasi dilakukan apabila pada hasil *Component Matrix* terdapat nilai korelasi yang hampir sama.

*Component Matrix* hasil dari rotasi memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Jika pada tabel *component matrix* terlihat *factor loading* yang hampir sama, maka pada hasil tabel rotasi faktor terlihat bahwa angka *factor loading* yang besar akan semakin diperbesar dan sebaliknya.

**Tabel 5.33 Hasil Analisa Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

Nama Variabel	Component					
	1	2	3	4	5	6
Variabel Budaya	.036	.217	.166	.782	-.109	-.254
Variabel Kelas Sosial	.106	-.094	.029	.756	.158	.376
Variabel Keluarga	.015	.105	.122	.592	.522	.165
Variabel Situasi	.118	.147	-.017	.045	.886	-.041
Variabel Motivasi	.640	-.165	.219	.037	.059	.166
Variabel Pengetahuan	.820	.099	-.052	.096	.095	.063
Variabel Sikap	.786	-.023	.249	-.070	.056	-.070
Variabel Kepribadian	.425	.157	.447	-.265	-.011	-.260
Variabel Gaya Hidup	.614	.309	-.322	.273	-.106	.000
Variabel Pengolahan Informasi	-	.803	.107	.028	.118	-.056
Variabel Pembelajaran	.072	.273	.084	.066	.004	.832
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-	.725	.093	.094	.261	.261
Variabel Produk	.199	.558	.091	.015	-.128	.302
Variabel Harga	-	.051	.732	.147	-.178	.191
Variabel Promosi	.123	.424	.547	.242	.027	-.134
Variabel Distribusi	.181	.092	.768	.041	.198	.041

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Seharusnya nilai komponen bersama yang ada pada masing-masing sub-variabel menunjukkan angka >0,5 pada salah satu kolomnya. Tetapi hasil dari rotasi faktor pada tabel 5.33 diatas menunjukkan bahwa terdapat nilai komponen faktor yang >0,5 dan ada pula yang memiliki nilai <0,5 didalam satu sub-variabel. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut tidak dapat dirotasi lagi, sehingga data diinterpretasi apa adanya seperti pada hasil analisis sebelumnya.

j. Hasil Analisa Pengelompokan Faktor

Dari hasil rotasi faktor pada sub-bab sebelumnya, maka pada sub bab ini sudah jelas pengelompokan faktornya seperti yang tertera pada tabel. Nilai terbesar pada sub-variabel menunjukkan bahwa sub-variabel masuk ke dalam kelompok kolomnya. Sub-variabel yang masuk pada masing-masing faktor tabel 5.34.

**Tabel 5.34 Hasil Analisis Pengelompokan *Rotated Component Matrix***

No	Kode Variabel	Faktor	Nama Sub-Variabel	Nama Faktor
1	V2.1	1	Motivasi	Faktor Perbedaan Individu
2	V2.2		Pengetahuan	
3	V2.3		Sikap	
4	V2.4		Kepribadian	
5	V2.5		Gaya Hidup	
6	V3.1	2	Pengelolaan Informasi	Faktor Proses Psikologis
7	V3.3		Perubahan Sikap & Perilaku	
8	V4.1	3	Produk	Faktor Bauran Pemasaran
9	V4.2		Harga	
10	V4.3		Promosi	
11	V4.4	4	Distribusi	Faktor Lingkungan
12	V1.1		Budaya	
13	V1.2		Kelas Sosial	
14	V1.3	5	Keluarga	Faktor Kenyamanan
15	V1.4		Situasi	
16	V3.2	6	Pembelajaran	Faktor Proses Pembelajaran

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Dengan hasil seperti tabel diatas, maka terdapat 16 variabel yang dikelompokan menjadi enam faktor, pengelompokan faktor tersebut terbentuk karena adanya persamaan sifat atau karakteristik data yang identik antara variabel satu dengan variabel lainnya (Baroroh, 2013).

k. Hasil Analisis *Component Transformation Matrix*

Setelah mengetahui enam kelompok variabel dari hasil rotasi faktor metode *Varimax*, hal selanjutnya adalah mengetahui hubungan/korelasi yang ada pada masing-masing kelompok faktor. Hasilnya tertera pada hasil analisis *Component Transformation Matrix*. Angka diagonal pada tabel merupakan angka korelasi masing-masing faktor. Semakin besar angka yang tertera maka semakin tinggi

korelasinya. Jika nilai koefisien korelasi positif, maka hubungan antara variabel adalah hubungan yang searah. Jika nilai koefisien korelasi negatif, maka ada hubungan berlawanan antara variabel. Nilai  $r_{hitung}$  dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$  untuk mengetahui tingkat signifikansinya. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% dengan  $N = 119$ , maka koefisien korelasi yang diuji signifikan. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $r_{tabel}$ , maka koefisien korelasi yang diuji tidak signifikan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 5.35 berikut ini:

**Tabel 5.35 Hasil Analisis Component Transformation Matrix**

Component	1	2	3	4	5	6
1	.526	.512	.451	.393	.245	.207
2	.776	-.369	.076	-.398	-.182	-.255
3	.315	-.254	-.716	.474	.248	.195
4	-.131	-.662	.496	.531	.005	-.126
5	.059	-.040	.015	.107	-.769	.626
6	-.039	-.313	.178	-.411	.503	.668

Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Dari tabel 5.35 dapat dijelaskan bahwa pada diagonal faktor (*component*) 1 (perbedaan individu), 4 (faktor lingkungan), dan 6 (proses pembelajaran) jatuh diatas angka 0,5 yaitu berturut-turut dengan nilai 0,526, 0,531, dan 0,688 membuktikan bahwa ketiga faktor (*component*) yang terbentuk sudah tepat karena memiliki korelasi yang tinggi. Dan memiliki nilai korelasi positif, maka hubungan antara variabel adalah hubungan yang searah. Diagonal componen 2 (faktor proses psikologis) ,3 (faktor bauran pemasaran), dan 5 (faktor kenyamanan) menunjukkan angka dibawah 0,5 yang nilai koefisien korelasi negatif, maka ada hubungan berlawanan antara variabel. Serta menunjukkan terdapat componen lain pada masing-masing faktor yang mempunyai korelasi cukup tinggi.

Pada faktor (*component*) 2 (faktor proses psikologis), diagonal menunjukkan angka -0,369. Componen 2 pada faktor, 1,3,4,5, dan 6 menunjukkan angka lebih besar. Hal ini mengidentifikasikan bahwa faktor (*component*) 2 (faktor proses psikologis masih memiliki korelasi yang cukup tinggi dengan faktor lainnya. Karena angka yang ditunjukkan khususnya pada faktor 1 (perbedaan individu), memiliki nilai cukup tinggi yaitu 0,776. Dari analisa tersebut diatas, maka terbentuknya faktor 1,4, dan 6 sudah tepat karena memiliki korelasi yang tinggi.

Faktor 2,3, dan 5 mempunyai korelasi yang rendah sehingga masih ada korelasi dengan faktor yang lainnya.

### **5.2.2 Rekap Hasil dan Pembahasan Analisa Faktor**

Pada sub-bab ini akan dibahas mengenai hasil analisis data melalui analisis faktor eksploratori, dapat diambil kesimpulan pembahasan bahwa terbentuk enam faktor baru yang memiliki nilai korelasi yang berbeda-beda, faktor tersebut antara lain:

#### **1. Faktor 1**

V2.1 Motivasi

V2.2 Pengetahuan

V2.3 Sikap

V2.4 Kepribadian

V2.5 Gaya Hidup

Faktor 1 didalamnya termasuk sub variabel motivasi, pengetahuan, sikap, kepribadian, dan gaya hidup sangatlah berperan dalam keputusan responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite. Menurut Engel et. al., (1990) faktor satu masuk kedalam faktor Perbedaan Individu yang awalnya terdiri dari motivasi, gaya hidup, pengetahuan, sikap, kepribadian dan demografi. Namun saat berlangsungnya tahapan analisis sub-variabel demografi tereduksi dan tidak dapat digunakan untuk tahapan analisis selanjutnya. Sehingga dari uraian diatas, faktor satu dapat dinamakan sebagai **Faktor Perbedaan Individu** sesuai teori Engel et. al., (1990).

#### **2. Faktor 2**

V3.1 Pengelolaan Informasi

V3.3 Perubahan Sikap dan Perilaku

V4.1 Produk

Faktor 2 didalamnya termasuk sub-variabel pengelolaan informasi, perubahan sikap & perilaku, dan produk sangatlah berperan dalam keputusan responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel. Fakta ini terkait bagaimana

reponden mendapatkan informasi tentang penerapan arsitektur Bioklimatik yang sudah dilakukan oleh Novotel Suite sebagai produk. Hal tersebut yang akhirnya merubah sikap dan perilaku konsumen untuk lebih ingin berdekatan dengan alam dan lingkungan sekitarnya. Menurut Engel et. al., (1990) faktor dua masuk kedalam faktor Proses Psikologis yang awalnya terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap. Namun saat berlangsungnya tahapan penelitian sub variabel pembelajaran masuk kedalam faktor enam dan digantikan oleh produk. Sehingga dari uraian diatas, faktor dua dapat dinamakan sebagai **Faktor Proses Psikologis** karena dua faktor lain yang mendoinasi dari faktor proses psikologis sesuai Engel et. al., (1990).

### 3. Faktor 3

V4.2 Harga

V4.3 Promosi

V4.4 Distribusi

Faktor 3 didalamnya termasuk sub-variabel harga, promosi, dan distribusi merupakan salah satu faktor yang berperan dalam keputusan responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite. Fakta ini terkait bagaimana reponden mendapatkan harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapatkan pada hotel. Promosi-promosi yang dilakukan untuk menunjang terkait penerapan arsitektur Bioklimatik yang sudah dilakukan oleh Novotel untuk meberitahukan para responden yang belum mengetahuinya. Menurut Engel et. al., (1990) faktor tiga masuk kedalam faktor Bauran Pemasaran yang awalnya terdiri dari pengolahan produk, harga, promosi, dan distribusi. Namun saat berlangsungnya tahapan penelitian sub variabel produk masuk kedalam faktor lain, yaitu faktor 2. Sehingga dari uraian diatas, faktor tiga dapat dinamakan sebagai **Faktor Bauran Pemasaran** sesuai teori Engel et. al., (1994).

### 4. Faktor 4

V1.1 Budaya

V1.2 Kelas Sosial

V1.3 Keluarga

Faktor 4 didalamnya termasuk sub-variabel budaya, kelas social, dan keluarga sangatlah berperan dalam keputusan responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite. Hal ini terkait bagaimana responden merasakan keseharian mereka di tempat tinggal yang dapat dirasakan juga pada hotel dengan penerapan arsitektur Bioklimatik yang sudah dilakukan oleh Novotel. Hal tersebut yang akhirnya mendukung aktifitas bersama keluarga yang dilakukan di hotel tanpa dirasakan adanya perbedaan kelas sosial. Menurut Engel et. al., (1990) faktor empat masuk kedalam faktor Pengaruh Lingkungan yang awalnya terdiri dari budaya, kelas social, keluarga, dan situasi. Namun saat berlangsungnya tahapan penelitian sub variabel situasi masuk kedalam faktor lain, yaitu faktor Kenyamanan. Sehingga dari uraian diatas, faktor empat dapat dinamakan sebagai **Faktor Pengaruh Lingkungan**.

## 5. Faktor 5

### V1.4 Situasi

Faktor 5 didalamnya termasuk sub-variabel situasi yang merupakan faktor tambahan yang terbentuk saat analisis yang berperan dalam keputusan responden untuk memilih menginap pada Novotel Suite. Hal ini terkait bagaimana responden mendapatkan kenyamanan dan keamanan dari lingkungan sekitarnya dengan penerapan arsitektur bioklimatik yang sudah dilakukan oleh Novotel baik dari produk dan juga fasilitas yang disediakan. Menurut Iskandar, (2012) mendefinisikan psikologi lingkungan adalah ilmu yang mempelajari hubungan interelasi antara tingkah laku manusia dengan lingkungan fisik (alam dan buatan) dan lingkungan sosial (manusia) sebagai suatu lingkungan yang utuh dan tidak dipisahkan antara satu dengan lainnya, yaitu lingkungan fisik dan sosial. Hal tersebut sangatlah berkaitan dengan kenyamanan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku manusia dan juga salah satu aspek kendali lingkungan terkait dengan faktor fisiologis maupun faktor psikologis. Selanjutnya Prasasto Satwiko, (2009) dalam zabdi Aria, (2016) dengan latar belakang arsitektur dan fisika bangunan juga menjelaskan bahwa kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan. Suara, cahaya,

aroma, suhu dan lain-lain rangsangan ditangkap sekaligus, lalu diolah oleh otak, kemudian otak akan memberikan penilaian relatif apakah kondisi itu nyaman atau tidak. Sehingga dari uraian diatas, faktor lima dapat dinamakan sebagai **Kenyamanan dan Keamanan.**

## **6. Faktor 6**

### V3.2 Pembelajaran

Faktor 6 didalamnya termasuk sub-variabel pembelajaran yang merupakan faktor tambahan yang terbentuk saat analisis. Sebagai salah satu faktor yang berperan dalam keputusan responden untuk memilih menginap pada hotel Novotel Suite. Hal ini terkait bagaimana responden mendapatkan pembelajaran ataupun pengetahuan baru tentang berdekatan dengan alam dan lingkungan sekitar ataupun informasi baru tentang hotel. Proses pembelajaran tidak hanya dilakukan di dalam ruangan maupun disekolah. Proses pembelajaran dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Salah satunya adalah pembelajaran pada bangunan hotel dengan penerapan arsitektur Bioklimatik yang sudah dilakukan oleh Novotel Suite. Menurut Winkel, (2009) proses belajar, terutama belajar yang terjadi di sekolah ataupun diluar ruangan itu melalui tahap-tahap atau fase-fase: motivasi, konsentrasi, mengolah, menggali 1, menggali 2, prestasi, dan umpan balik. Untuk teori proses pembelajaran dapat dibagi menjadi empat yaitu, teori behavioristik, kognitivisme, humanistic, dan konstruktivistik. Karena penelitian ini lebih focus kepada perilaku konsumen (behavior) untuk mendukung teori proses pembelajaran adalah teori behavioristik. Behavioristik adalah proses pembelajaran yang dipengaruhi oleh perubahan tingkah laku serta sebagai akibat dari interaksi antara stimulus dan respon atau biasa yang disebut behavioristik menurut Thorndike, (1874-1949) dalam Abdurakhman, O & Rusli, R.K, (2015). Sehingga dari uraian diatas, faktor enam dapat dinamakan sebagai **Proses Pembelajaran.**

Dari semua kelompok variabel yang telah dijelaskan diatas, dapat diketahui bahwa variabel pengaruh lingkungan, perbedaan individu, proses psikologis, bauran pemasaran, kenyamanan, dan proses pembelajaran. Pada tahap awal analisis, terdapat 17 variabel yang digunakan untuk memperoleh hasil

pengelompokan variabel. Tetapi pada proses analisis melalui analisis faktor eksploratori, satu variabel tidak dapat digunakan untuk proses analisis selanjutnya. Variabel tersebut adalah variabel V2.6 yaitu Demografi. Karena pada saat analisis berlangsung variabel ini tereduksi dalam tahapan penggunaan software SPSS.

Pada kajian pustaka, disebutkan variabel demografi masuk kedalam kelompok perbedaan individu. Variabel ini memiliki pengaruh terhadap individu-individu setiap responden dan merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan responden. Tetapi pada proses analisis, sub-variabel ini tereduksi dan tidak dapat digunakan pada tahap proses analisis selanjutnya. Hal ini bisa terjadi karena terdapat perbedaan individu menyikapi bahwa penerapan arsitektur Bioklimatik pada hotel hanya bisa dirasakan oleh tamu yang menginap. Karena para responden menganggap lingkungan sekitar atau masyarakat sekitar tidak bisa merasakan penerapan arsitektur Bioklimatik pada hotel.

Para responden lebih sepakat bahwa yang masuk dan mempengaruhi keputusan mereka memilih hotel Novotel Suite dalam variabel Perbedaan Individu adalah, motivasi, pengetahuan, sikap, kepribadian, dan gaya hidup. Karena motivasi untuk menginap dengan didasarkan pada pengetahuan tentang Novotel Suite yang diperhatikan responden untuk bisa merasakan gaya hidup yang bisa berdekatan dengan alam. Hal tersebut dapat mempengaruhi kepribadian setiap responden untuk lebih berdekatan dengan alam dan menjadi pribadi yang lebih baik.

### **5.3 Harga Pasar Hotel Novotel**

Pada sub-bab ini akan dibahas mengenai harga pasar dari hotel Novotel yang dimana unsur terpenting dalam penciptaan opini nilai atas suatu asset yang berbasis kepemilikan tanah pada suatu real estat. Harga pasar yang akan dibahas meliputi nilai *occupancy rate* dari hotel Novotel Suite dan hotel Novotel Samator. Sebelumnya akan dibahas terlebih dahulu mengenai fasilitas-fasilitas apa saja yang disediakan oleh setiap hotel. Selanjutnya tipe-tipe kamar apa saja yang disediakan serta harga dari masing-masing hotel yang sudah dijadikan studi kasus. Selanjutnya masuk ke tahap analisis dengan penggunaan teknik perbandingan data pasar (*sales comparison*), merupakan perbandingan langsung dari properti yang dinilai dengan

properti yang sejenis dan sebanding (Appraisal Institute, 2001). Pada tahap pengumpulan dan analisis data ini dari fasilitas, tipe kamar & harga, *occupancy rate* baik dari Novotel Suite dan Novotel Samator menggunakan teknik observasi langsung di lapangan dan didukung oleh data sekunder dari arsip-arsip hotel. Selanjutnya di analisis langsung menggunakan (*sales comparison*) atau di perbandingkan satu sama lainnya.

### 5.3.1 Hotel Novotel Suite

Berikut ini akan dibahas mengenai fasilitas-fasilitas yang ada pada hotel Novotel Suite. Serta tipe-tipe kamar yang disediakan oleh Novotel Suite untuk melihat harga pasar dari setiap tipe kamar yang ditawarkan.

#### 1. Fasilitas Novotel Suite

Berikut ini adalah fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Novotel Suite untuk para tamu yang menginap, untuk penjelasan lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 5.36.

**Tabel 5.36 Fasilitas-fasilitas Novotel Suite**

No	Fasilitas	Jumlah
1	Fitness Center	1
2	Spa	1
3	Sauna	1
4	Pijat	1
5	Kolam Renang Luar Ruangan	1
6	Kolam Renang Anak	1
7	Kolam Air Panas	1
8	Lapangan Tenis	1
9	Taman	1
10	Bar	1
11	Bar Tepi Kolam	1
12	Kedai Kopi	1
13	Ruang Keluarga	2
14	Layanan Penitipan Anak	1
15	Taman Bermain	1
16	Tempat Main Anak	1
17	Restaurant	1
18	Ruang Serbaguna Brawijaya	1
19	Ruang Serbaguna Airlangga	1
20	Meeting Room Brawijaya	4
21	Meeting Room Airlangga	6
22	Salon	1

Sumber: Hotel Novotel, 2020

Pada tabel di atas terdapat 22 fasilitas yang disediakan oleh pihak Novotel Suite untuk memenuhi setiap kebutuhan para tamu hotel yang menginap. Jika dilihat dari tabel di atas dapat dibagi menjadi beberapa kategori fasilitas yaitu:

Fasilitas aktivitas dan fasilitas bersantai, yang terdiri dari kolam renang luar ruangan, kolam air panas, lapangan tenis, pijat, *fitness center*, sauna, spa, dan taman. Fasilitas makanan dan minuman, yang terdiri dari bar, bar tepi kolam, kedai kopi, layanan kamar 24 jam, dan restoran. Fasilitas layanan, yang terdiri dari salon. Fasilitas untuk anak-anak, yang terdiri dari kolam renang anak, layanan penitipan anak, ruang keluarga, taman bermain, dan tempat main anak. Fasilitas bisnis, yang terdiri dari ruang serbaguna brawijaya dan airlangga, dan *meeting room* brawijaya dan airlangga. Dari pembahasan diatas, Novotel Suite memiliki fasilitas yang terbagi menjadi lima kategori yang terdiri dari fasilitas aktifitas dan fasilitas bersantai, makanan dan minuman, layanan, fasilitas untuk anak-anak, dan yang terakhir fasilitas bisnis.

## 2. Tipe & Harga Kamar Novotel Suite

Berikut ini adalah tipe-tipe kamar yang disediakan oleh Novotel Suite beserta harga dari masing-masing tipe kamar untuk para tamu yang menginap, untuk penjelasan lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 5.37.

**Tabel 5.37 Tipe-Tipe Kamar Novotel Suite**

No	Tipe Kamar	Harga
1	Superior 1 Ranjang King dengan pemandangan Kebun	Rp 590.992
2	Superior 2 Ranjang Single dengan pemandangan Kebun	Rp 590.992
3	Superior King pemandangan Kebun	Rp 605.868
4	Superior Double dengan pemandangan Taman	Rp 590.992
5	Superior Twin dengan pemandangan Taman	Rp 590.992
6	Superior 2 Ranjang Single dengan pemandangan Kolam Renang	Rp 652.157
7	Superior 1 Ranjang King dengan pemandangan Kolam Renang	Rp 652.157
8	Superior Twin dengan pemandangan Kolam Renang	Rp 652.157

No	Tipe Kamar	Harga
9	Kamar Superior Kolam renang	Rp 605.868
10	Superior Double dengan Teras dan Kolam Renang	Rp 686.860

Sumber: Hotel Novotel, 2020

Pada tabel di atas terdapat hampir 10 tipe kamar yang disediakan oleh pihak Novotel Suite untuk memenuhi kebutuhan untuk beristirahat bagi para tamu hotel, pada saat sesi wawancara dengan HRD hotel. Harga kamar dipengaruhi oleh fasilitas dan *view* (pemandangan) yang didapatkan oleh kamar tersebut. Tapi terdapat 3 tipe kamar utama yaitu, *Garden View*, *Pool View*, dan *Pool Teras*. Penentuan harga kamar pada Novotel mengacu pada empat faktor seperti tabel 5.38.

**Tabel 5.38 Faktor-Faktor yang Mendasari Penentuan Harga**

No	Faktor	Keterangan
1	<i>Customer Production</i>	Memperhatikan daya beli pengunjung dan kesediaan <i>product</i> untuk menampung.
2	<i>Occupancy Rate</i>	PP ( <i>Press Point</i> ) bisa berubah tingkatan tidak hanya dalam hitungan hari, tapi bisa per jam tergantung <i>occupancy rate</i> .
3	<i>Compotitor</i>	Memperhatikan <i>competitor/city occupancy</i> , tidak boleh memasang harga di bawah harga hotel-hotel lainnya agar tidak kalah bersaing.
4	<i>Force majeure</i>	Misalkan terjadi banjir di daerah hotel, pengunjung pasti akan menghindari daerah tersebut, maka perlu adanya kompensasi harga yang lebih rendah dari biasanya.

Sumber: Wawancara HRD, 2020

Pada *system* Novotel Suite ada yang namanya PP (*Press Point*) yang terdapat tingkatan harga 1-10, tingkatan 1 merupakan yang harga paling mahal sementara 10 adalah yang paling murah. Untuk harga tipe kamar Superior 2 Ranjang Single dengan pemandangan kebun yang memiliki harga/malam Rp 590.992. Untuk tipe kamar Superior King pemandangan kebun memiliki harga/mlm Rp 605.868. Dari perbedaan harga tersebut dapat dilihat yang membuat kedua tipe kamar memiliki harga yang berbeda adalah fasilitas kamar yang ada. Untuk *view* (pemandangan) yang didapatkan para tamu adalah sama, yaitu memperoleh visual area kebun.

Sementara harga tipe kamar Superior Twin dengan pemandangan taman yang memiliki harga/malamnya Rp 590.992. Untuk tipe kamar Superior Twin dengan pemandangan kolam renang memiliki harga/malam Rp 652.157. Dari perbedaan harga tersebut dapat dilihat yang membuat kedua tipe kamar memiliki harga yang berbeda adalah visual yang didapatkan setiap kamar. Tipe kamar Superior Twin dengan pemandangan taman mendapatkan visual taman dan tipe kamar Superior Twin dengan pemandangan kolam renang mendapatkan visual kolam renang. Hal tersebut menyatakan bahwa visual kolam renang lebih banyak diminati oleh pengunjung hotel.

Selanjutnya adalah tipe kamar Superior Double dengan Teras dan Kolam Renang yang memiliki harga/malam Rp 686.860. Yang merupakan tipe kamar dengan harga tertinggi diantara tipe kamar lainnya. Hal ini dikarenakan visual yang didapatkan serta fasilitas yang didapatkan paling berbeda diantara tipe kamar lainnya. Seperti mendapatkan teras yang luas dan akses langsung ke taman dan kolam renang. Dari semua penjelasan yang sudah di uraikan harga pasar/tipe kamar yang ada pada Novotel Suite dipengaruhi oleh fasilitas dan visual ke *view* (pemandangan) yang didapatkan kamar.

### 3. *Occupancy Rate* Novotel Suite

Berikut adalah data tingkat hunian kamar (*Occupancy Rate*) dari Hotel Novotel Suite yang di ambil pada tahun 2019 dari bulan januari sampai akhir bulan desember, berikut adalah datanya:

**Tabel 5.39 *Occupancy Rate* Novotel Suite 2019 dari 144 Kamar**

No	Bulan	%/Kamar
1	Januari	51,8%
2	Februari	51,8%
3	Maret	72,0%
4	April	78,1%
5	Mei	44,5%
6	Juni	67,2%
7	Juli	78,7%
8	Agustus	75,6%
9	September	71,1%
10	Oktober	91,5%
11	November	87,3%

No	Bulan	%/Kamar
12	Desember	81,7%
<b>13</b>	<b>Total</b>	<b>72,3%</b>

Sumber: Hotel Novotel, 2020

Pada tabel di atas sudah terdapat tingkat terisinya kamar setiap bulan dari 144 kamar yang disediakan oleh pihak Hotel Novotel Suite. Dari tabel untuk perolehan tingkat terisinya kamar paling rendah ada pada bulan Mei dengan memiliki presentase 44,5%. Berarti tidak hampir setengah atau 50% kamar pada bulan Mei terisi oleh tamu. Hal tersebut bisa saja dipengaruhi oleh masuknya tahun baru dan baik perusahaan-perusahaan, sekolah, instansi-instansi pemerintahan sudah memasuki awal tahun.

Untuk tingkat terisinya paling tinggi terdapat pada bulan Oktober dengan 91,5% dan diikuti selanjutnya pada bulan November dan Desember yang berada di atas 80%. Hal ini bisa terjadi karena dipengaruhi akan berakhirnya tahun ajaran pada sekolah-sekolah, penutupan buku bagi perusahaan, dan juga instansi pemerintahan, serta sudah memasuki banyaknya hari libur nasional. Dan pada hari libur/*weekend* memang pengunjung lebih banyak dari hari biasa dan harga pada saat berada di tingkatan 1. Penentuan harga kamar pada momen tertentu (hari) dapat mempengaruhi tingkat hunian hotel seperti yang sudah di jelaskan sebelumnya.

### 5.3.2 Hotel Novotel Samator

Berikut ini akan dibahas mengenai fasilitas-fasilitas yang ada pada hotel Novotel Samator. Serta tipe-tipe kamar yang disediakan oleh Novotel Samator untuk melihat harga pasar dari setiap tipe kamar yang ditawarkan.

#### 1. Fasilitas Novotel Samator

Berikut ini adalah fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Novotel Samator untuk para tamu yang menginap, untuk penjelasan lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 5.40.

**Tabel 5.40 Fasilitas-fasilitas Novotel Samator**

No	Fasilitas	Jumlah
1	Fitness Center	1

No	Fasilitas	Jumlah
2	Spa	1
3	Sauna	1
4	Pijat	1
5	Kolam Renang Luar Ruangan	1
6	Perpustakaan	1
7	Bar	1
8	Restaurant	1
9	Restaurant Halal	1
10	Layanan Kamar 24 Jam	1
11	Ruang Permainan	1
12	Layanan Penitipan Anak	1
13	Meeting Room	1

Sumber: Hotel Novotel Samator, 2020

Pada tabel di atas terdapat hampir 13 fasilitas yang disediakan oleh pihak Novotel Samator untuk memenuhi setiap kebutuhan para tamu hotel yang akan menginap. Jika dilihat dari tabel di atas dapat dibagi menjadi beberapa kategori fasilitas yaitu:

Fasilitas aktivitas dan fasilitas bersantai, yang terdiri dari kolam renang luar ruangan, pijat, *fitness center*, sauna, dan spa. Fasilitas makanan dan minuman, yang terdiri dari bar, layanan kamar 24 jam, restoran, dan restoran halal. Fasilitas layanan, yang terdiri dari perpustakaan. Fasilitas untuk anak-anak, yang terdiri dari, layanan penitipan anak. Fasilitas rekreasi yang terdiri dari, ruang permainan. Fasilitas bisnis yang terdiri dari, *meeting room*. Dari pembahasan di atas Novotel Samator memiliki fasilitas yang terbagi menjadi enam kategori yang terdiri dari fasilitas aktifitas dan fasilitas bersantai, makanan dan minuman, fasilitas layanan, fasilitas rekreasi, fasilitas untuk anak-anak, dan yang terakhir fasilitas bisnis.

## 2. Tipe & Harga Kamar Novotel Samator

Berikut ini adalah tipe-tipe kamar yang disediakan oleh Novotel Samator beserta harga dari masing-masing tipe kamar untuk para tamu yang menginap, untuk penjelasan lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 5.41.

**Tabel 5.41 Tipe-Tipe Kamar Novotel Samator dari 261 Kamar**

No	Tipe Kamar	Harga
1	Superior Twin Room	Rp 558.000
2	Superior – Ranjang 2 Single	Rp 558.000

No	Tipe Kamar	Harga
3	Superior King	Rp 558.000
4	Deluxe Tempat Tidur Twin	Rp 640.645
5	Deluxe Tempat Tidur Double	Rp 640.645
6	Suite Superior dengan Ranjang King	Rp 1.177.834
7	Superior King Suite	Rp 1.177.834

Sumber: Hotel Novotel Samator, 2020

Pada tabel di atas terdapat hampir 7 tipe kamar yang disediakan oleh pihak Novotel Samator untuk memenuhi kebutuhan untuk beristirahat bagi para tamu hotel, pada saat sesi wawancara dengan HRD hotel bahwa harga kamar dipengaruhi oleh Fasilitas dan luasan kamar, berbeda dengan apa yang ada pada Novotel Suite.

Untuk harga tipe kamar Twin Room yang memiliki harga/malam Rp 558.000. Untuk tipe kamar Deluxe dengan Tempat Tidur Double yang memiliki harga Rp 640.645. yang terakhir adalah tipe Kamar Superior King Suite dengan harga/malamnya Rp 1.177.834. Dari penjelasan tersebut memang menyatakan harga pasar dari Novotel Samator dipengaruhi oleh fasilitas yang ada pada kamar dengan tiga tingkatan harga mulai dari Rp 640.645 – Rp 1.177.834.

### 3. *Occupancy Rate* Novotel Samator

Berikut adalah data tingkat hunian kamar (*Occupancy Rate*) dari Hotel Novotel Samator yang di ambil pada tahun 2019 dari bulan januari sampai akhir bulan desember, berikut adalah datanya:

**Tabel 5.42 *Occupancy Rate* Novotel Samator 2019 dari 265 kamar**

No	Bulan	%/Kamar
1	Januari	52,8%
2	Februari	55,8%
3	Maret	70,0%
4	April	76,1%
5	Mei	56,5%
6	Juni	70,2%
7	Juli	77,7%
8	Agustus	76,6%
9	September	71,1%
10	Oktober	80,5%
11	November	84,3%
12	Desember	90,7%
13	<b>Total</b>	<b>71,8%</b>

Sumber: Hotel Novotel, 2020

Pada tabel di atas sudah terdapat tingkat terisinya kamar setiap bulan dari 265 kamar yang disediakan oleh pihak Hotel Novotel Samator. Dari tabel untuk perolehan tingkat terisinya kamar paling rendah ada pada bulan januari dan february dengan masing-masing memiliki presentase 52,8% dan 55,8%. Hal tersebut bisa saja dipengaruhi oleh masuknya tahun baru dan baik perusahaan-perusahaan, sekolah, instansi-instansi pemerintahan sudah memasuki awal tahun. Untuk tingkat terisinya paling tinggi terdapat pada bulan Desember dengan 90,7% dan diikuti selanjutnya pada bulan oktober dan november yang berada di atas 80%.

### **5.3.3 Rekap Hasil Analisis Harga Pasar**

Setelah pada sub-bab sebelumnya sudah membahas mengenai fasilitas-fasilitas, tipe-tipe kamar dan juga *occupancy rate* di masing-masing hotel. Dari hasil analisis untuk fasilitas-fasilitas yang ada. Baik dari Novotel Suite yang memiliki total fasilitas berjumlah 22 sementara untuk Novotel Samator memiliki total 13 fasilitas yang disediakan. Untuk fasilitas yang ada pada Novotel Samator semuanya terdapat pada Novotel Suite. Sebaliknya fasilitas yang ada pada Novotel Suite seperti kebun, taman, lapangan tenis, kolam air panas, ruang keluarga, ruang serbaguna yang tidak terdapat pada Novotel Samator. Hal terpenting yang jika dikaitkan dengan pembahasan arsitektur Bioklimatik adalah keberadaan taman, kebun, serta kolam renang.

Kembali ke pengertian arsitektur Bioklimatik yang merupakan penerapan pendekatan konsep yang ingin menciptakan kenyamanan bagi pengguna itu sendiri tanpa mengenyampingkan lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar disini dalam lingkup fasilitas yang ada pada hotel adalah taman, kebun dan juga kolam renang yang merupakan sebuah ekosistem buatan untuk menciptakan lingkungan seperti layaknya alam sekitar. Tamu/pengunjung dibuat merasa nyaman dan seaman mungkin seperti layaknya sedang berada di alam. Untuk menanggapi fenomena di awal bahwa saat ini pembangunan/arsitektur menjadi penyebab pemanasan (*global warming*) yang terjadi dilingkungan sekitar kita.

Hal ini ternyata sangat berkaitan dengan penentuan harga pasar untuk setiap tipe kamar yang ada pada hotel. Terutama pada hotel Novotel Suite, untuk

penentuan harga kamar dipengaruhi oleh fasilitas yang ada di kamar dan fasilitas untuk mendapatkan *view*/pemandangan atau akses langsung. Terutama Novotel Suite menggunakan 4 faktor dasar yang sudah dibahas sebelumnya, yaitu *customer production*, *occupancy rate*, *compotitor*, dan *force majeure*. Beda dengan Novotel Suite, Novotel Samator untuk penentuan harga kamar tidak dipengaruhi oleh *view*/pemandangan atau akses langsung yang didapatkan tamu. Melainkan hanya karena fasilitas-fasilitas yang ada pada kamar. Maka dari itu terdapat perbedaan penentuan harga pada masing-masing hotel sesuai fasilitas-fasilitas yang didapatkan.

Fasilitas-fasilitas yang sudah disesuaikan dengan harga yang ditetapkan oleh pihak hotel menentukan *occupancy rate* (tingkat hunian) untuk setiap kamar yang sudah disediakan. Berdasarkan hasil data dan analisis sebelumnya dengan menggunakan teknik *sale comparasion*. Didapatkan hasil *occupancy rate* hotel Novotel Suite lebih besar dari pada Novotel Samator, dengan rincian total 72,3% dari total 144 kamar yang disediakan. Sementara Novotel Samator total *occupancy rate* 71,8% dari total 265 kamar yang disediakan. Untuk penentuan harga juga bisa dilihat dimana Novotel Suite menentukan harga pasar berdasarkan *view*/pemandangan yang bisa lebih mendekatkan dengan alam sekitar. Sementara hal tersebut tidak bisa kita dapatkan pada Novotel Samator.

Dari semua penjelasan analisis diatas, *occupancy rate* yang dimiliki Novotel Suite yang lebih besar dari Novotel Samator dipengaruhi oleh penerapan konsep arsitektur Bioklimatik yang di terapkan oleh Novotel Suite. Baik dari fasilitas, tipe kamar, dan penentuan harga kamar dipengaruhi oleh penerapan arsitektur Bioklimatik. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan hasil wawancara dengan HRD, bahwa memang yang mempengaruhi adalah **View** (pemandangan).

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Penelitian ini telah membuktikan bahwa hotel Novotel Suite Surabaya telah menerapkan konsep arsitektur Bioklimatik pada bangunannya sesuai dengan teori Yeang, (1994). Dengan penerapan elemen-elemen tersebut hotel Novotel Suite juga dapat menghemat penggunaan energi seperti, pengurangan pencahayaan buatan karena penempatan bukaan jendela yang tepat, dan juga mengurangi penggunaan AC pada koridor hotel. Taman-taman yang mengelilingi hotel menghasilkan O<sub>2</sub>. Hotel Novotel Suite sudah menjawab fenomena dalam mengatasi masalah energi yang tidak dapat diperbaharui.

Selanjutnya penelitian ini juga menemukan bahwa arsitektur Bioklimatik adalah faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen untuk menginap pada hotel Novotel Suite sesuai dengan yang diekslore dari teori Engel et al, (1990). Konsumen/tamu hotel yang memiliki tingkat Bioklimatik yang tinggi akan cenderung memilih hotel yang memperhatikan alamnya untuk melepaskan kelelahan setelah bekerja. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih hotel untuk menginap ada enam, yaitu: faktor perbedaan individu, faktor proses psikologis, faktor bauran pemasaran, faktor pengaruh lingkungan, faktor kenyamanan, dan faktor proses pembelajaran. Sementara faktor yang memiliki hubungan antar faktor lainnya dengan memiliki tingkat korelasi yang tinggi adalah faktor perbedaan individu, faktor lingkungan, faktor proses pembelajaran. Faktor-faktor tersebut yang merupakan faktor utama yang paling mempengaruhi konsumen untuk memilih hotel Novotel Suite.

Dengan melihat perbandingan *occupancy rate* dari hotel yang menggunakan arsitektur Bioklimatik dan yang tidak, melalui referensi Damardjati dalam Anisa, (2015). Ditemukan bahwa: hotel Novotel Suite (dengan Arsitektur Bioklimatik) memiliki *occupancy rate* lebih tinggi (72.3%) dari pada hotel Novotel Samator

(71.8%). Terdapat empat faktor dasar penentuan harga kamar yang di tetapkan oleh *Revenue Manager* hotel Novotel Suite, yaitu: *customer production*, *occupancy rate*, *competitor*, dan *force majeure*. Tidak bisa dibantah lagi bahwa hal utama yang di perhatikan oleh konsumen sebagai alasan mereka menginap adalah pemandangan atau *view* dan kenyamanan lingkungan sekitar hotel. Walaupun harga yang harus dibayarkan sedikit lebih mahal. Semua dilakukan untuk mendapatkan apa yang menurut mereka dapat memuaskan dan menjadi kesukaan/preferensi konsumen. Lebih lanjut, nilai pasar dari hotel Novotel Suite sangat dipengaruhi oleh penerapan konsep Arsitektur Bioklimatik. Baik dari fasilitas, tipe kamar, harga, *occupancy rate* semua di pengaruhi oleh penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel.

Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa penerapan arsitektur Bioklimatik tidak hanya merupakan salah satu cara untuk mengurangi pemanasan global dan mengatasi masalah energi yang tidak dapat diperbaharui, namun juga meningkatkan nilai pasar hotel.

## **6.2 Saran**

Dalam penelitian ini memiliki kelebihan dan juga memiliki kekurangan yang masih dapat dikaji lebih dalam pada tahap penelitian selanjutnya, berikut kelebihan dan kekurangan dalam penelitian ini:

### **6.2.1 Kelebihan**

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan arsitektur berkelanjutan (arsitektur Bioklimatik) yang masih jarang diangkat dalam penelitian untuk menanggapi masalah lingkungan dalam bidang real estate.
2. Penelitian ini juga untuk menggerakkan penelitian lain, terutama pada sektor properti yang mencari strategi market pemasaran untuk meningkatkan *income* terutama pada bangunan hotel. Dengan menggunakan desain/konsep bangunan yang lebih memperhatikan alam dan lingkungan juga dapat menarik pengunjung untuk menginap, selain kelengkapan fasilitas dan harga yang ditawarkan.

3. Faktor preferensi konsumen sebagai topik utama selain penggunaan pendekatan arsitektur Bioklimatik berpengaruh terhadap pemilihan produk.

#### **6.2.2 Keterbatasan:**

1. Kuisisioner penelitian ini menggunakan kuisisioner tertutup yang membuat responden harus menjawab pertanyaan dengan jawaban yang sudah disediakan peneliti.
2. Jumlah responden yang digunakan oleh peneliti tidak menggunakan keseluruhan populasi tamu selama sebulan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga.
3. Untuk faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menginsip masih di batasi menggunakan satu teori preferensi konsumen.

Dari keunggulan dan keterbatasan penelitian ini saran yang dapat di berikan adalah:

- a. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan kuisisioner terbuka untuk memperoleh pendapat yang lebih luas dari responden.
- b. Penelitian selanjutnya dapat mempertanyakan apakah arsitektur tematik lain dapat juga dipakai sebagai alat untuk pembeda produk dan meningkatkan nilai pasar.

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ihsan. (2009). *Pengaruh Pembagian Deviden Kas Dan Arus Kas Bersih Terhadap Harga Saham Di Perusahaan Manufaktur Jenis Consumer Goods Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia Tahun 2004-2007*. Tesis, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Abdurakhman, O., Rusli, R. K. (2015) *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Djuanda Bogor
- Almusaed, A. (2011). *Biophilic and Bioclimatic Architecture, Analytical Therapy for the Next Generation of Passive Sustainable Architecture*. (B. L. C. in P. Data, Ed.). London: Springer-Verlag London Limited.
- Amalia, N., Nugroho, A. M., & Asikin, D. (2014). *Fasad bioklimatik pada rancangan perpustakaan umum di kedung kandang kota malang*. Universitas Brawijaya.
- Anastasia, N. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Return*. Universitas Kristen Maranatha.
- Appraisal Institute. 2001. *The Appraisal of Real Estate*. Twelfth Edition. Appraisal Intitute. Chicago, Illinois.
- Arikunto, S. (1993). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Arumsari, F., Firzal, Y., & Susilawati, M. D. (2017). *Penerapan Arsitektur Bioklimatik Pada Science Technology Park Universitas Riau, 4(2)*. <https://doi.org/10.13989/j.cnki.0517-6611.2015.10.011>
- Baroroh, A. (2008). *Trik-Trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Cahyaningrum, H. K., Hardiyati, & Nugroho, R. (2017). *Implementasi Prinsip Desain Arsitektur Bioklimatik Pada Bangunan Perpustakaan Di Klaten, 15(2)*, 434–438.

- Churchil, G.A., & Labcobucci, D. (2005). *Marketing Research: Methodological Foundations, 9<sup>th</sup> ed.* Belmont-CA: Thomson South-Western.
- Creswell, John W. (2013), *Research Design: Pendekatan Kualitatif, kuantitatif, dan Mixed*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Dewangga F. D. B., & Setijanti, P. (2016). *Pendekatan Arsitektur Bioklimatik Pada Bangunan Pesisir. Jurnal Sains Dan Seni Its*, 5(2), 184–187.
- Engel, J. F., G. Blackwell, dan P. W. Miniard. (1990). *Perilaku Konsumen*. Edisi 6. The Dryden Press, United State of America.
- Fruchter, B. (1954), *Introduction to Faktor Analysis*, New Tork: D.van Nostrand Company, Ltd.
- Groat, L., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods*.
- Guba, E.G. (1990). *The Paradigm Dialog*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hilal, R. (2011). *Kajian Teori Pengertian Hotel*, 6–20. <https://doi.org/10.1360/zd-2013-43-6-1064>
- Indarto, R. P. (2011). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone, Studi Terhadap Bundling Smartphone oleh Telkomsel dan XL*. Universitas Indonesia.
- Interiorudayana in Uncategorized, (2014). *Hotel Novotel Surabaya*. Jurusan Arsitektur Universitas Udayana
- Iskandar, Z. (2012). *Psikologi Lingkungan: Teori dan Konsep*. Bandung: Reflika Aditama
- Kerlinger, Fred N. (1990). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, Philip dan Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Pertama, Jilid I. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Krishan, A., Baker, N., Yannas, S., Szokolay, SV., (2001), *Climate Responsive Architecture, A Design Handbook for Energy Design Buildings*, Tata McGraw-Hill Publishing Company Ltd., New Delhi.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktek*. Edesi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.

- Malhotra, Neresh K. 2009. *Marketing Research - An Applied Orientation*. Pearson: New Jersey
- Mandasari, A. (2017). *Biofilia Sebagai Faktor Preferensi konsumen Dalam Memilih Produk*. Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Indonesia.
- Megawati, L. A., & Akromusyuhada, A. (2018). *Pendekatan Arsitektur Bioklimatik Pada Konsep Bangunan Sekolah Yang Hemat Energi, 1*, 575–584.
- Mowen, J.C & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mudrajad, Kuncoro. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Noor, J. (2011), *Metodelogi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah, Edisi Pertama*, Prenada Media Group, Jakarta
- Peter, Paul, J. dan Olson. Jerry, C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Poerwadarminta. W.J.S. (2003). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Priyoga, I. (2010). *Desain Berkelanjutan (Sustainable Design)*. Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Pandanaran, 8(16).
- Robert Yin, K. (1995). *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta. PT. Raja GrafindoPersada.
- Sitanggang, Y. (2017). *Pengaruh Pendekatan Green Building Terhadap Nilai Properti Perkantoran*. Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Indonesia.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Salanto, F. (2018). *Surabaya Property Market Report*.

- Trisnawan, A. D., & Amron. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tumimomor, I. A. ., & Poli, H. (2011). *Arsitektur Bioklimatik*, 8(1).
- WCED. 1987. *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*, Chapter 2, Towards Sustainable Development, Sumber: [www.un-documents.net](http://www.un-documents.net)
- Umar, Husein, (2002), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Winkel, W.S. (2009). *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Gramedia.
- Wiyono. (2001), *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*, Teori Strategi dan Aplikasi. Penerbit Airlangga University Press, Surabaya.
- Yamak, G.M.E. (2017). *Bioclimatik Design FPR Administration Buildings Costal Nort Lebanon Applied on the Chamber of Commerce, Industry and Argiculture-Tripoli and Nort Lebanon*. Beirut Arab University.
- Yeang, K. (1994). *Bioclimatic Skyscraper*. London: Artemis London Limited.
- Zabdi, Aria. (2016) *Kajian Kenyamanan Fisik Pada Terminal Penumpang Stasiun Besar Yogyakarta*, Teknik Arsitektur, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Zamora, C. (2015). *Asean Plan of Action for Energy Cooperation (Apaec) 2016-2025*. (C. G. Zamora, Ed.), *Action for Energy Cooperation (Apaec)* (Vol. I). Jakarta: ASEAN Centre for Energy. Retrieved from [www.aseanenergy.org](http://www.aseanenergy.org)

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

### A. Variabel Arsitektur Bioklimatik

Variabel Arsitektur Bioklimatik adalah variabel yang digunakan untuk menilai seberapa jauh bangunan Hotel Novotel Surabaya dalam menerapkan desain arsitektur bioklimatik sesuai dengan variabel konsep Arsitektur Bioklimatik, variabel arsitektur Bioklimatik sesuai dengan tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tabel Variabel dan Definisi Operasional Arsitektur Bioklimatik

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional
Arsitektur Bioklimatik	Penempatan Core	Posisi core dapat diklasifikasikan dalam tiga bentuk, yaitu: <ul style="list-style-type: none"><li>• Core Pusat.</li><li>• Core Ganda.</li><li>• Core tunggal terletak pada sisi bangunan.</li></ul>
	Menentukan Orientasi	Orientasi bangunan yang terbaik adalah meletakkan luas permukaan bangunan terkecil menghadap timur – barat.
	Penempatan Bukaan Jendela	Bukaan jendela harus sebaiknya menghadap utara dan selatan sangat penting untuk mendapatkan orientasi pandangan.
	Penggunaan Balkon	Menempatkan balkon akan membuat area tersebut menjadi bersih dari panel – panel sehingga mengurangi sisi panas yang menggunakan panas.
	Membuat Ruang Transisional	Ruang transisional dapat diletakkan ditengah dan sekeliling sisi bangunan sebagai ruang udara dan atrium.
	Desain Pada Dinding	Penggunaan membran yang menghubungkan bangunan dengan lingkungan dapat dijadikan sebagai kulit pelindung.
	Hubungan Terhadap Landscape	Tumbuhan dan landscape digunakan tidak hanya untuk kepentingan ekologis dan estetis semata, tetapi juga membuat bangunan menjadi lebih sejuk.
	Menggunakan Alat Pembayang Pasif	Pembayang sinar matahari adalah esensi pembiasan sinar matahari pada dinding yang menghadap matahari secara langsung.
	Penyekat Panas Pada Lantai	Lima jenis utama <i>thermal insolation</i> : <ul style="list-style-type: none"><li>• Flake (serpihan).</li><li>• Fibrous (berserabut).</li><li>• Granular (butiran-butiran).</li><li>• Cellular (terdiri dari sel).</li><li>• Reflective (memantul).</li></ul>

Sumber: Kenneth Yeang, 1994

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

### B. Variabel Hotel

Variabel klasifikasi hotel adalah variabel yang digunakan untuk menentukan klasifikasi sebuah hotel. Untuk menentukan Hotel Novotel Surabaya termasuk klasifikasi hotel apa. Variabel yang digunakan adalah klasifikasi hotel sesuai dengan tabel 3.2.

Tabel 3.2 Tabel Variabel dan Defenisi Operasional Klasifikasi Hotel

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional
<b>Klasifikasi Hotel</b>	Hotel Bintang Empat	jumlah kamar minimal 50 kamar (termasuk minimal 3 suite room, 48 m2 ).
<b>Jenis Hotel</b>	<i>Bussiness Hotel</i>	hotel yang bertujuan untuk, melayani tamu yang memiliki kepentingan bisnis.

Sumber: Keputusan Dirjen Pariwisata No.14/U/II/1988

Tabel 3.3 Elemen-Elemen Hotel Bintang 4

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
1	Produk	1	Bangunan	1	Suatu bangunan yan diperuntukkan sebagai usaha hotel yang baik dan terawat.
		2	Penanda Arah ( <i>signage</i> )	2	Tersedia papan nama hotel ( <i>sign board</i> ) yang jelas dan mudah terlihat.
				3	Tersedia tanda arah yang menunjukkan fasilitas hotel ( <i>hotel directional sign</i> ) yang jelas dan mudah terlihat.
				4	Tersedia tanda arah menuju jalan keluar yang aman ( <i>evacuation sign</i> ), jelas dan mudah terlihat.
		3	Taman atau Landscape	5	Taman didalam atau diluar bangunan hotel.
				6	Tanaman didalam bangunan hotel.
		4	Parkir	7	Tersedia tempat parkir dan pengaturan lalu lintasnya *
				8	Area menurunkan tamu ( <i>drop off</i> ).
		5	Lobby	9	Tersedia <i>lobby</i> dengan sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik.
				10	Aksesibilitas ( <i>ramp</i> ) bagi penyandang cacat *.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
				11	Tersedia penjelasan fasilitas hotel ( <i>Hotel Directory</i> ).
				12	Tersedia <i>lounge</i> .
		6	Front Office	13	Tersedia gerai ( <i>counter</i> ) atau meja kursi.
				14	Tersedia sertifikat dan/atau plakat ( <i>Decal</i> ) tanda bintang sesuai golongan kelas hotel.
				15	Gerai pelayanan tamu ( <i>Concierge Counter</i> ).
				16	Tersedia ruang penitipan barang berharga.
				17	Tersedia ruang penitipan barang tamu.
				18	Tersedia meja duty manager.
		7	Business Center	19	Tersedia ruang untuk pelayanan bisnis.
		8	Area Belanja (Shopping Arcade)	20	Tersedia pilihan <i>Drug store</i> /bank/gerai penukaran uang ( <i>money changer</i> )/travel agent/airlines/souvenir shop atau lainnya.
		9	Lift	21	Lift untuk tamu (untuk bangunan di atas 5 lantai dari lantai dasar).
				22	Lift untuk Karyawan/Barang (untuk bangunan di atas 5 lantai dari lantai dasar).
Produk	10	Toilet Umum (Public Rest Room)		23	Toilet pria dan wanita terpisah dengan tanda yang jelas.
				24	Urinoir beserta washletnya (khusus untuk toilet pria).
				25	Tersedia closet duduk dengan hand shower/ washlet dan toilet paper.
				26	Tersedia tempat cuci tangan,sabun
				27	Tersedia tempat sampah.
				28	Ruang rias ( <i>vanity area</i> ) : khusus toilet wanita.
				29	Toilet bagi tamu dengan keterbatasan fisik.
				30	Alat pengering tangan.
		11	Koridor	31	Tersedia koridor.
				32	Tersedia pintu darurat, tangga darurat (bangunan bertingkat) dan lampu darurat.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
				33	Tersedia pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik.
				34	Tersedia Alat Pemadam Kebakaran
		12	Fasilitas makanan dan minum (Food and Beverage Outlet)	35	Tersedia ruang makan dan minum dengan sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik.
				36	Tersedia meja dan kursi makan serta peralatannya.
				37	Tersedia Menu.
		13	Room Service	38	Letaknya berdekatan dengan dapur dan akses ke kamar.
				39	Tersedia menu room service.
				40	Tersedia peralatan dan perlengkapannya.
		14	Kamar Tidur Tamu	41	Tersedia kamar tidur termasuk kamar mandi.
				42	Tersedia kamar Suite.
				43	Pintu dilengkapi dengan kunci pengaman
				44	Kamar dilengkapi dengan sistem penghemat energy.
				45	Jendela dilengkapi dengan alat pengaman.
				46	Kamar dilengkapi dengan alat pendeteksi asap ( <i>smoke detector</i> ) dan <i>sprinkler</i>
	Produk			47	Tersedia pencahayaan dan sirkulasi udara yang Baik.
				48	Tersedia petunjuk/arah kiblat yang dipasang di langit-langit ( <i>ceiling</i> ).
				49	Tersedia tempat tidur beserta perlengkapannya.
				50	Tersedia meja dan kursi kerja.
				51	Tersedia meja dan kursi duduk.
				52	Tersedia tempat sampah.
				53	Tersedia denah lokasi kamar dan petunjuk penyelamatan diri.
				54	Petunjuk fasilitas dan pelayanan hotel ( <i>compendium</i> ).
				55	Memenuhi ketentuan tingkat kebisingan.
				56	Kamar tidur untuk tamu dengan keterbatasan fisik.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
				57	Tanda dilarang mengganggu ( <i>don't disturb</i> ) dan permintaan pembersihan kamar ( <i>make up room</i> ) dibuat secara terpisah atau menggunakan Elektronik.
				58	Rak Koper ( <i>luggage rack</i> ).
				59	Tempat penyimpanan pakaian.
				60	Individual <i>Safe Deposit Box</i> .
				61	Tersedia <i>Night Table/Bed Side Table</i> .
				62	Tersedia lampu baca.
				63	Cermin panjang ( <i>Full Length Mirror</i> ).
				64	Tersedia saluran komunikasi internal dan eksternal.
				65	Tersedia jaringan internet.
				66	Tersedia TV.
				67	Tersedia mini bar dan pembuka botol.
				68	Coffee - Tea Maker set.
				69	Tersedia peralatan tulis untuk tamu ( <i>guest stationary</i> ).
		15	Kamar Mandi Tamu	70	Kamar mandi tamu dengan lantai yang tidak licin.
				71	Tersedia kamar mandi dengan kelengkapannya minimal wastafel, closet, shower.
				72	Tersedia sirkulasi udara dan pencahayaan.
				73	Tersedia saluran pembuangan air.
	Produk			74	Tersedia air panas dan air dingin.
				75	Tersedia tempat sampah.
				76	Tersedia perlengkapan mandi tamu ( <i>toiletteries</i> ).
				77	Tersedia handuk mandi.
				78	Pengering rambut ( <i>hair Dryer</i> ).
				79	Telepon paralel dengan kamar tidur.
				80	Gelas sikat gigi.
				81	Kamar mandi untuk tamu dengan keterbatasan fisik (min. 200 kamar).
		16	Sarana Olah Raga, Restorasi dan Kebugaran	82	Tersedia sarana olah raga, rekreasi dan kebugaran.
		17	Ruang Rapat	83	Ruang rapat dilengkapi perlengkapan dan peralatan termasuk audio visual.
		18	Ruang Perjamuan/Function room	84	Tersedia <i>function room</i> dengan akses tersendiri untuk tamu.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
		19	Dapur	85	Toilet umum yang terpisah untuk pria dan wanita.
				86	Jalur evakuasi.
				87	Tersedia dapur yang luasnya sesuai dengan kebutuhan.
				88	Lantai, dinding dan ceiling kuat, aman dan mudah pemeliharannya.
				89	Drainase dilengkapi dengan perangkap lemak ( <i>grease trap</i> ).
				90	Tersedia <i>Kitchen hood</i> yang dilengkapi dengan penyaring lemak ( <i>grease filter</i> ).
				91	Tersedia system sirkulasi udara dan sistem pencahayaan.
				92	Tersedia peralatan dan perlengkapan dapur.
				93	Tersedia perlengkapan P3K.
				94	Tersedia tempat sampah tertutup yang terpisah untuk sampah basah dan kering.
				95	Tersedia alat pemadam kebakaran.
				96	Tempat penyimpanan bahan makanan harian/ <i>daily store</i> .
	Produk			97	Tata letak perlengkapan dapur sesuai alur kerja *.
		20	Area Penerimaan Barang	98	Tersedia area penerimaan barang.
		21	Daerah Penyimpanan (Storage)	99	Alat timbangan yang telah ditera.
				100	Tersedia Gudang Umum.
				101	Tempat penyimpanan bahan makanan dan minuman.
				102	Area untuk peralatan dan perlengkapan.
				103	Gudang engineering.
				104	Area penyimpanan barang bekas.
				105	Tempat penyimpanan bahan baker.
		22	Area Tata Graha	106	Ruang penyimpanan dan pendistribusian guest supplies dan amenities.
				107	Ruang linen dan seragam ( <i>uniform</i> ).
				108	<i>Room boy station</i> .

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
				109	Janitor.
		23	Ruang Periksa Kesehatan	110	Tersedia ruang periksa dengan peralatan medis obat-obatan, dan perlengkapan yang dibutuhkan.
		24	Ruang Karyawan	111	Tersedia kamar mandi laki laki dan wanita terpisah.
				112	Tersedia ruang ganti karyawan dilengkapi dengan locker laki-laki dan wanita terpisah.
				113	Tersedia ruang makan karyawan.
				114	Tersedia tempat Ibadah.
				115	Tersedia tempat sampah.
				116	Kaca rias dan wastafel.
				117	Ruang pelatihan.
		25	Kantor	118	Tersedia ruang pengelola hotel.
		26	Keamanan	119	Ruang security dan instalasi CCTV.
		27	Utilitas	120	Tersedia instalasi air bersih.
				121	Tersedia genset.
				122	Tersedia instalasi jaringan komunikasi
				123	Instalasi air panas.
		28	Pengelolaan Limbah	124	Tempat penampungan sampah.
				125	Instalasi pengolahan air limbah/IPAL
Produk		29	Perawatan dan Perbaikan peralatan (workshop)	126	Tersedia tempat untuk pemeliharaan dan perbaikan yang dilengkapi peralatan.
Pelayanan		30	Kantor Depan	127	Tersedia pelayanan registrasi dan pembayaran.
				128	Pemberian informasi pesan, pengurusan barang tamu.
				129	Pelayanan saat tamu naik dan turun dari kendaraan.
				130	Membangunkan tamu ( <i>wake up call</i> ).
				131	Jasa penyewaan mobil.
				132	Jasa pemanggilan taksi.
				133	Jasa panggilan ( <i>Car Call</i> ).
				134	Pelayanan duty manager.
				135	Pelayanan guest relation.
				136	Pelayanan khusus untuk tamu dengan keterbatasan fisik.
		31	Tata Graha	137	Pelayanan pembersihan fasilitas tamu, fasilitas publik dan fasilitas karyawan.
				138	Penyiapan tempat tidur ( <i>turn Down Bed</i> ).
				139	Pelayanan tamu penting

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
		32	Binatu	140	Tersedia pelayanan cuci dan strika baju tamu.
		33	Restoran	141	Tersedia pelayanan penyajian makanan dan minuman.
				142	Tersedia pelayanan penerimaan pembayaran.
				143	Tersedia pelayanan penyajian makanan Indonesia.
				144	Tersedia pelayanan penyajian makanan internasional.
				145	Pelayanan untuk tamu dengan keterbatasan fisik, anak-anak dan lanjut usia.
		34	Room Service	146	Menerima pesanan makanan dan minuman dari kamar.
				147	Penghidangan makanan minuman ke kamar.
				148	Penerimaan pembayaran.
		35	Ruang Rapat	149	Pelayanan penyelenggaraan rapat.
		36	Ruang Perjamuan	150	Pelayanan penyelenggaraan perjamuan.
		37	Pelayanan bisnis (Business Center)	151	Pelayanan bisnis.
Pelayan		38	Olahraga, Rekreasi, dan Kebugaran	152	Pelayanan sarana olah raga, rekreasi dan kebugaran.
		39	Keamanan	153	Tersedia pelayanan keamanan.
		40	Kesehatan	154	Tersedia pelayanan kesehatan tamu.
		41	Jam Operasional	155	Tersedia waktu pemberian pelayanan sesuai kebutuhan operasional.
		42	Organisasi	156	Hotel memiliki struktur organisasi.
				157	Hotel memiliki uraian tugas setiap jabatan.
				158	Hotel memiliki SOP atau petunjuk pelaksanaan kerja (manual).
				159	Hotel memiliki peraturan karyawan/PKB (perjanjian kerja bersama) sesuai peraturan perundang-undangan.
				160	Memiliki kebijakan organisasi.
		43	Manajemen	161	Hotel memiliki program pemeriksaan kesehatan Karyawan.
				162	Memiliki manajemen keselamatan dan kesehatan Kerja (K3) dengan jumlah karyawan minimal 100 orang

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

No	Aspek	No	Unsur	No	Sub-unsur
				163	Memiliki sistem penanggulangan kebakaran.
				164	Memiliki manajemen tanggap darurat.
				165	Memiliki manajemen penjaminan mutu.
				166	Pemeliharaan sanitasi, hygiene dan lingkungan.
				167	Memiliki Sistem Informasi manajemen hotel.
				168	Memiliki rencana usaha.
				169	Memiliki program pengembangan produk.
		44	Kemitraan dan Penggunaan	170	Memiliki program kemitraan dengan usaha mikro, kecil dan menengah.
				171	Memiliki program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
			Program Pemeliharaan dan Perbaikan peralatan	172	Melaksanakan pemeliharaan dan perbaikan gedung, perlengkapan dan peralatan.
			Sumber Daya Manusia	173	Hotel melaksanakan sertifikasi kompetensi bagi karyawan.
				174	Karyawan mampu berbahasa Asing minimal bahasa Inggris.
	Pengelolaan			175	Melaksanakan program pengembangan SDM.
				176	Melaksanakan penilaian kinerja SDM.
<b>Jumlah Sub-unsur Aspek Produk</b>				126	
<b>Jumlah Sub-unsur Aspek Pelayanan</b>				29	
<b>Jumlah Sub-unsur Aspek Pengelolaan</b>				21	

Sumber: Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel, 2013

### C. Variabel Preferensi Konsumen

Responden yang dipilih pada penelitian merupakan konsumen yang akan menginap pada Hotel Novotel Surabaya ataupun disebarkan ke responden lain yang ada di sekitar Kota Surabaya maupun konsumen dari luar kota dan mancanegara. Profil responden yang didapatkan akan digunakan untuk mengelompokan responden baik dari segi usia maupun status pernikahan (lihat Tabel 3.3).

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

Tabel 3.3 Variabel dan Indikator Profil Responden

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional
Data Demografi	Jenis Responden	Jenis kelamin responden, konsumen yang akan menginap/pernah menginap
	Daerah Asal	Tempat asal responden
	Usia responden	Usia responden
	Pendidikan terakhir	Jenjang pendidikan terakhir yang ditempuh responden
	Pekerjaan	Status pekerjaan yang dimiliki responden
	Penghasilan perbulan	Jumlah uang yang didapatkan responden untuk kebutuhan sehari-hari dalam satu bulan
	Jumlah anggota yang akan menginap	Jumlah anggota keluarga/teman yang ikut menginap

Sumber: Sintesa Kajian Teori dan Tinjauan Terdahul, 2018

Variabel proses perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan adalah variabel yang digunakan untuk menilai faktor-faktor apa yang dominan yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk (Hotel Novotel Surabaya). variabel perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan sesuai dengan tabel 34.

Tabel 3.4 Tabel Variabel dan Defenisi Operasional Proses Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional
Faktor Lingkungan	Budaya	Budaya seperti apa yang lebih disukai konsumen.
	Kelas Sosial	Kelas sosial konsumen yang menginap/pernah menginap.
	Keluarga	Keluarga konsumen yang menginap/pernah menginap.
	Situasi	Situasi yang ada di sekitar lingkungan hotel
Faktor Perbedaan Individu	Motivasi	Motivasi dari konsumen itu sendiri.
	Pengetahuan	Pengetahuan konsumen itu sendiri.
	Sikap	Sikap konsumen itu sendiri.
	Kepribadian	Kepribadian konsumen itu sendiri.
	Gaya Hidup	Gaya hidup konsumen itu sendiri.
	Demografi	Demografi konsumen itu sendiri.
Faktor Psikologis	Pengolahan Informasi	Pengolahan Informasi konsumen itu sendiri.
	Pembelajaran	Pembelajaran konsumen itu sendiri.
	Perubahan Sikap dan Perilaku	Perubahan sikap dan perilaku konsumen itu sendiri.
	Bauran Pemasaran	Produk yang dipilih oleh konsumen.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional
	Harga	Harga yang dipilih oleh konsumen.
	Promosi	Promosi yang dipilih oleh konsumen.
	Distribusi	Distribusi yang dipilih oleh konsumen.

Sumber: Engel et al, 1994

Variabel Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen adalah variabel yang digunakan untuk menilai faktor-faktor apa yang dominan yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk (Hotel Novotel Surabaya). variabel Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen 3.5.

Tabel 3.5. Tabel Variabel dan Defenisi Operasional Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.

No	Variabel	Sub-Variabel	Defenisi Operasioanal
1	Faktor Lingkungan	Budaya	Budaya yang mencakup kebiasaan keseharian yang dilakukan oleh responden di rumah/lingkungan tempat mereka tinggal.
		Kelas Sosial	Kelas sosial yang membedakan apa yang dimiliki atau apa yang didapatkan responden.
		Keluarga	Aktivitas atau fasilitas yang bisa memfasilitasi kegiatan bersama keluarga yang mengutamakan kebersamaan.
		Situasi	Situasi yang dapat menciptakan rasa aman dan nyaman kepada semua responden.
2	Faktor Perbedaan Individu	Motivasi	Motivasi adalah ‘alasan’ yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seseorang individu.
		Pengetahuan	Pengetahuan merupakan informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki, yang lantas melekat di benak seorang individu.
		Sikap	Sikap adalah pernyataan evaluative terhadap objek, orang atau peristiwa. Hal ini mencerminkan perasaan seseorang terhadap sesuatu.
		Kepribadian	Kepribadian merupakan adalah keseluruhan cara seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu serta lingkungan sekitar.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

		Sub-Variabel	Defenisi Operasioanal
		Gaya Hidup	Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya, bisa juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.
		Demografi	Demografi adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia yang meliputi ukuran, struktur, distribusi penduduk.
3	Faktor Proses Psikologis	Pengelolaan Informasi	Pengelolaan informasi menjamin adanya deskripsi yang jelas untuk mendapatkan dan menerima informasi.
		Pembelajaran	Pembelajaran merupakan bagi seseorang yang tidak memiliki pengetahuan dan pengalaman akan suatu hal, yang setelahnya akan memberikan pengetahuan baru.
		Perubahan sikap & Perilaku	Perubahan sikap dan perilaku merupakan perubahan-perubahan yang terjadi pada setiap individu dalam kehidupan social.
4	Faktor Bauran Pemasaran	Produk	Produk adalah barang atau jas yang dapat diperjual belikan. Produk juga merupakan apapun yang busa ditawarkan kesebuah pasar.
		Harga	Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uat atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jas bagi seseorang.
		Promosi	Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen membeli atau mengkonsumsinya.
		Distribusi	Distribusi adalah salah satu aspek pemasaran, yang dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penjualan dan kesan baik bagi produk.

Sumber: Engel et al, 1990

### D. Variabel Nilai Pasar

Variabel Nilai pasar untuk melihat apakah dengan menggunakan konsep arsitektur bioklimatik mempengaruhi nilai pasar dari (Hotel Novotel Surabaya). variabel Nilai Pasar 3.6.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

Tabel 3.6. Tabel Variabel dan Defenisi Operasional Nilai Pasar

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional
Nilai Pasar	Nilai Pasar	Adalah estimasi sejumlah uang pada tanggal penilaian, yang dapat diperoleh dari transaksi jual beli atau hasil penukaran suatu properti, antara pembeli dan penjual.
	Tingkat Hunian	kamar-kamar yang terisi yang disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang tersedia, yang diperhitungkan dalam jangka waktu harian, bulanan atau tahunan.

Sumber: Appraisal Institute, 2001

Setelah dilakukan observasi terhadap hotel yang menggunakan pendekatan arsitektur bioklimatik, dilakukan analisa terhadap harga pasar hotel dalam hal ini harga jual (sebagai variabel terikat/*dependen variable*) di masing-masing hotel tersebut:

- Harga Pasar (*primary market*) untuk hotel yang menerapkan pendekatan arsitektur bioklimatik dengan klasifikasi hotel yang sama yang sudah di tentukan.
- Harga Pasar (*secondary market*) untuk hotel yang tidak menerapkan pendekatan arsitektur bioklimatik namun dengan klasifikasi hotel yang sama yang sudah di tentukan.

Setelah dilakukan inspeksi lapangan untuk mengobservasi harga pasar hotel tersebut dengan pendekatan arsitektur bioklimatik apakah terdapat pengaruh terhadap nilai pasar.

## Lampiran 1 : Variabel Penelitian

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

Observasi Lapangan

Tanggal :



Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya  
Program Pascasarjana Fakultas Teknik Sipil Perencanaan dan  
Kebumian  
Bidang Keahlian Perencanaan Real Estate

### Judul

Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Hotel Bintang 4

### Instrumen Observasi

**Tujuan Pelaksanaan Observasi.** Observasi bertujuan untuk memperoleh data utama mengenai elemen-elemen hotel bintang 4 dari Hotel Novotel. Dan melihat penerapan dari elemen Arsitektur Bioklimatik terhadap bangunan hotel. Yang datanya nanti berupa visual penerapan elemen Arsitektur Bioklimatik. Untuk data yang di perlukan pada saat kuesioner utama terkait pengaruh preferensi konsumen terhadap Hotel Bintang 4.

**Lingkup Penelitian.** Seluruh Bangunan Hotel Novotel

**Alat yang di Butuhkan.** Instrumen Observasi, Kamera, Alat ukur, Alat Tulis.

Peneliti mengucapkan terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu untuk membantu dalam memudahkan akses dalam observasi dan memberikan informasi tambahan yang lebih lengkap. Peneliti berharap Bapak/Ibu nantinya berkenan dihubungi kembali apabila terdapat kekeliruan mengenai data observasi atau peneliti membutuhkan keterangan tambahan sehubungan dengan survey utama ini.

Hormat saya,

Tri Wahyu Diana

Mahasiswa Program Pascasarjana Jurusan Arsitektur

Bidang Keahlian Real Estate

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

Telp: +6289 647 408 280. Email: [triwahyu6363@gmail.com](mailto:triwahyu6363@gmail.com)

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

### INSTRUMEN PENELITIAN

#### A. Variabel Arsitektur Bioklimatik

Variabel Arsitektur Bioklimatik adalah variabel yang digunakan untuk menilai seberapa jauh bangunan Hotel Novotel Surabaya dalam menerapkan desain arsitektur bioklimatik sesuai dengan variabel konsep Arsitektur Bioklimatik, variabel arsitektur Bioklimatik sesuai dengan tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tabel Variabel dan Definisi Operasional Arsitektur Bioklimatik

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional	Uraian Observasi
<b>Arsitektur Bioklimatik</b>	Penempatan Core	Posisi core dapat diklasifikasikan dalam tida bentuk, yaitu: <ul style="list-style-type: none"><li>• Core Pusat.</li><li>• Core Ganda.</li><li>• Core tunggal terletak pada sisi bangunan.</li></ul>	
	Menentukan Orientasi	Orientasi bangunan yang terbaik adalah meletakkan luas permukaan bangunan terkecil menghadap timur – barat.	
	Penempatan Bukaan Jendela	Bukaan jendela harus sebaiknya menghadap utara dan selatan sangat penting untuk mendapatkan orientasi pandangan.	
	Penggunaan Balkon	Menempatkan balkon akan membuat area tersebut menjadi bersih dari panel – panel sehingga mengurangi sisi panas yang menggunakan panas.	
	Membuat Ruang Transisional	Ruang transisional dapat diletakkan ditengah dan sekeliling sisi bangunan sebagai ruang udara dan atrium.	
	Desain Pada Dinding	Penggunaan mebran yang menghubungkan bangunan dengan lingkungan dapat dijadikan sebagai kulit pelindung.	
	Hubungan Terhadap Landscape	Tumbuhan dan landscape digunakan tidak hanya untuk kepentingan ekologis dan eastetik	

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

	semata, tetapi juga membuat bangunan menjadi lebih sejuk.
Menggunakan Alat Pembayang Pasif	Pembayang sinar matahari adalah esensi pembiasan sinar matahari pada dinding yang menghadap matahari secara langsung.
Penyekat Panas Pada Lantai	Lima jenis utama thermal <i>insolation</i> : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flake (serpihan).</li> <li>• Fibrous (berserabut).</li> <li>• Granular (butiran-butiran).</li> <li>• Cellular (terdiri dari sel).</li> <li>• Reflective (memantul).</li> </ul>

Sumber: Kenneth Yeang, 1994

### B. Variabel Hotel

Variabel klasifikasi hotel adalah variabel yang digunakan untuk menentukan klasifikasi sebuah hotel. Untuk menentukan Hotel Novotel Surabaya termasuk klasifikasi hotel apa. Variabel yang digunakan adalah klasifikasi hotel sesuai dengan tabel 3.2.

Tabel 3.2 Variabel dan Defenisi Operasional Klasifikasi Hotel

Variabel	Indikator	Defenisi Operasional	Uraian Observasi
<b>Klasifikasi Hotel</b>	Hotel Bintang Empat	jumlah kamar minimal 50 kamar (termasuk minimal 3 suite room, 48 m <sup>2</sup> ).	

Sumber: Keputusan Dirjen Pariwisata No.14/U/II/1988

Variabel elemen-elemen Hotel bintang 4 adalah variabel yang digunakan untuk membantu dalam menganalisis variabel konsep Arsitektur Bioklimatik yang ada pada bangunan hotel. Variabel elemen-elemen Hotel bintang 4 :

Tabel 3.3 Variabel dan Defenisi Operasional Elemen-elemen Hotel Bintang 4.

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi
1	Produk	1	Bangunan	1	Suatu bangunan yang diperuntukkan sebagai usaha hotel yang baik dan terawat.	

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi
	Produk	2	Penanda Arah ( <i>signage</i> )	2	Tersedia papan nama hotel ( <i>sign board</i> ) yang jelas dan mudah terlihat.	
				3	Tersedia tanda arah yang menunjukkan fasilitas hotel ( <i>hotel directional sign</i> ) yang jelas dan mudah terlihat.	
				4	Tersedia tanda arah menuju jalan keluar yang aman ( <i>evacuation sign</i> ), jelas dan mudah terlihat.	
				5	Taman didalam atau diluar bangunan hotel.	
		3	Taman atau Landscape	6	Tanaman didalam bangunan hotel.	
				7	Tersedia tempat parkir dan pengaturan lalu lintasnya *	
		4	Parkir	8	Area menurunkan tamu ( <i>drop off</i> ).	
				9	Tersedia <i>lobby</i> dengan sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik.	
				10	Aksesibilitas ( <i>ramp</i> ) bagi penyandang cacat *.	
				11	Tersedia penjelasan fasilitas hotel ( <i>Hotel Directory</i> ).	
	12			Tersedia <i>lounge</i> .		
	6			Front Office	13	Tersedia gerai ( <i>counter</i> ) atau meja kursi.
		14	Tersedia sertifikat dan/atau plakat ( <i>Decal</i> ) tanda bintang sesuai golongan kelas hotel.			
		15	Gerai pelayanan tamu ( <i>Concierge Counter</i> ).			
		16	Tersedia ruang penitipan barang berharga.			
	7	Business Center	17	Tersedia ruang penitipan barang tamu.		
			18	Tersedia meja duty manager.		
			19	Tersedia ruang untuk pelayanan bisnis.		
	8	Area Belanja (Shopping Arcade)	20	Tersedia pilihan <i>Drug store</i> /bank/gerai penukaran uang ( <i>money changer</i> )/travel agent/airlines/souvenir shop atau lainnya.		

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi		
	Produk	9	Lift	21	Lift untuk tamu (untuk bangunan di atas 5 lantai dari lantai dasar).			
				22	Lift untuk Karyawan/Barang (untuk bangunan di atas 5 lantai dari lantai dasar).			
				10	Toilet Umum (Public Rest Room)	23	Toilet pria dan wanita terpisah dengan tanda yang jelas.	
						24	Urinoir beserta washletnya (khusus untuk toilet pria).	
						25	Tersedia closet duduk dengan hand shower/ washlet dan toilet paper.	
						26	Tersedia tempat cuci tangan, sabun dan cermin.	
						27	Tersedia tempat sampah.	
						28	Ruang rias ( <i>vanity area</i> ) : khusus toilet wanita.	
						29	Toilet bagi tamu dengan keterbatasan fisik.	
						30	Alat pengering tangan.	
	11	Koridor	31	Tersedia koridor.				
			32	Tersedia pintu darurat, tangga darurat (bangunan bertingkat) dan lampu darurat.				
			33	Tersedia pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik.				
			34	Tersedia Alat Pemadam Kebakaran				
			35	Tersedia ruang makan dan minum dengan sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik.				
	12	Fasilitas makanan dan minum (Food and Beverage Outlet)	36	Tersedia meja dan kursi makan serta peralatannya.				
			37	Tersedia Menu.				
			13	Room Service	38	Letaknya berdekatan dengan dapur dan akses ke kamar.		
	39	Tersedia menu room service.						
	40	Tersedia peralatan dan perlengkapannya.						
	14	Kamar Tidur Tamu	41	Tersedia kamar tidur termasuk kamar mandi.				
			42	Tersedia kamar Suite..				
			43	Pintu dilengkapi dengan kunci pengaman				
			44	Kamar dilengkapi dengan sistem penghemat energy.				
			45	Jendela dilengkapi dengan alat pengaman.				
			46	Kamar dilengkapi dengan alat pendeteksi asap ( <i>smoke detector</i> ) dan <i>sprinkler</i>				

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi	
	Produk			47	Tersedia pencahayaan dan sirkulasi udara yang Baik.		
				48	Tersedia petunjuk/arah kiblat yang dipasang di langit-langit ( <i>ceiling</i> ).		
					49	Tersedia tempat tidur beserta perlengkapannya.	
					50	Tersedia meja dan kursi kerja.	
					51	Tersedia meja dan kursi duduk.	
					52	Tersedia tempat sampah.	
					53	Tersedia denah lokasi kamar dan petunjuk penyelamatan diri.	
					54	Petunjuk fasilitas dan pelayanan hotel ( <i>compendium</i> ).	
					55	Memenuhi ketentuan tingkat kebisingan.	
					56	Kamar tidur untuk tamu dengan keterbatasan fisik.	
					57	Tanda dilarang mengganggu ( <i>don't disturb</i> ) dan permintaan pembersihan kamar ( <i>make up room</i> ) dibuat secara terpisah atau menggunakan Elektronik.	
					58	Rak Koper ( <i>luggage rack</i> ).	
					59	Tempat penyimpanan pakaian.	
					60	Individual <i>Safe Deposit Box</i> .	
					61	Tersedia <i>Night Table/Bed Side Table</i> .	
					62	Tersedia lampu baca.	
					63	Cermin panjang ( <i>Full Length Mirror</i> ).	
					64	Tersedia saluran komunikasi internal dan eksternal.	
					65	Tersedia jaringan internet.	
					66	Tersedia TV.	
					67	Tersedia mini bar dan pembuka botol.	
					68	Coffee - Tea Maker set.	
					69	Tersedia peralatan tulis untuk tamu ( <i>guest stationary</i> ).	
			15	Kamar Mandi Tamu	70	Kamar mandi tamu dengan lantai yang tidak licin.	
					71	Tersedia kamar mandi dengan kelengkapannya minimal wastafel, closet, shower.	
					72	Tersedia sirkulasi udara dan pencahayaan.	
					73	Tersedia saluran pembuangan air.	
					74	Tersedia air panas dan air dingin.	
					75	Tersedia tempat sampah.	

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi
	<b>Produk</b>			76	Tersedia perlengkapan mandi tamu ( <i>toileteries</i> ).	
				77	Tersedia handuk mandi.	
				78	Pengering rambut ( <i>hair Dryer</i> ).	
				79	Telepon paralel dengan kamar tidur.	
				80	Gelas sikat gigi.	
				81	Kamar mandi untuk tamu dengan keterbatasan fisik (minimum 200 kamar).	
		16	Sarana Olah Raga, Restorasi dan Kebugaran	82	Tersedia sarana olah raga, rekreasi dan kebugaran.	
		17	Ruang Rapat	83	Ruang rapat dilengkapi perlengkapan dan peralatan termasuk audio visual.	
		18	Ruang Perjamuan/Function room (tidak berlaku bagi hotel Resort)	84	Tersedia <i>function room</i> dengan akses tersendiri untuk tamu.	
		19	Dapur	85	Toilet umum yang terpisah untuk pria dan wanita.	
				86	Jalur evakuasi.	
				87	Tersedia dapur yang luasnya sesuai dengan kebutuhan.	
				88	Lantai, dinding dan ceiling kuat, aman dan mudah pemeliharaannya.	
				89	Drainase dilengkapi dengan perangkap lemak ( <i>grease trap</i> ).	
				90	Tersedia <i>Kitchen hood</i> yang dilengkapi dengan penyaring lemak ( <i>grease filter</i> ).	
				91	Tersedia system sirkulasi udara dan sistem pencahayaan.	
				92	Tersedia peralatan dan perlengkapan dapur.	
				93	Tersedia perlengkapan P3K.	
				94	Tersedia tempat sampah tertutup yang terpisah untuk sampah basah dan kering.	
				95	Tersedia alat pemadam kebakaran.	
				96	Tempat penyimpanan bahan makanan harian/ <i>daily store</i> .	
				97	Tata letak perlengkapan dapur sesuai alur kerja *.	
		20	Area Penerimaan Barang	98	Tersedia area penerimaan barang.	
		21	Daerah Penyimpanan (Storage)	99	Alat timbangan yang telah ditera.	

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi
				100	Tersedia Gudang Umum.	
				101	Tempat penyimpanan bahan makanan dan minuman.	
				102	Area untuk peralatan dan perlengkapan.	
				103	Gudang engineering.	
				104	Area penyimpanan barang bekas.	
				105	Tempat penyimpanan bahan baker.	
		22	Area Tata Graha	106	Ruang penyimpanan dan pendistribusian guest suplies dan amenities.	
				107	Ruang linen dan seragam ( <i>uniform</i> ).	
				108	<i>Room boy station</i> .	
				109	Janitor.	
		23	Ruang Periksa Kesehatan	110	Tersedia ruang periksa dengan peralatan medis obat-obatan, dan perlengkapan yang dibutuhkan.	
		24	Ruang Karyawan	111	Tersedia kamar mandi laki laki dan wanita terpisah.	
				112	Tersedia ruang ganti karyawan dilengkapi dengan locker laki-laki dan wanita terpisah.	
				113	Tersedia ruang makan karyawan.	
				114	Tersedia tempat Ibadah.	
				115	Tersedia tempat sampah.	
				116	Kaca rias dan wastafel.	
				117	Ruang pelatihan.	
		25	Kantor	118	Tersedia ruang pengelola hotel.	
		26	Keamanan	119	Ruang security dan instalasi CCTV.	
		27	Utilitas	120	Tersedia instalasi air bersih.	
				121	Tersedia genset.	
				122	Tersedia instalasi jaringan komunikasi	
				123	Instalasi air panas.	
		28	Pengelolaan Limbah	124	Tempat penampungan sampah.	
				125	Instalasi pengolahan air limbah (IPAL).	
	<b>Produk</b>	29	Perawatan dan Perbaikan peralatan (workshop)	126	Tersedia tempat untuk pemeliharaan dan perbaikan yang dilengkapi peralatan.	
	<b>Pelayanan</b>	30	Kantor Depan	127	Tersedia pelayanan regristrasi dan pembayaran.	
				128	Pemberian informasi pesan, pengurusan barang tamu.	
				129	Pelayanan saat tamu naik dan turun dari kendaraan.	

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi
	<b>Pelayanan</b>			130	Membangunkan tamu ( <i>wake up call</i> ).	
				131	Jasa penyewaan mobil.	
				132	Jasa pemanggilan taksi.	
				133	Jasa panggilan ( <i>Car Call</i> ).	
				134	Pelayanan duty manager.	
				135	Pelayanan guest relation.	
				136	Pelayanan khusus untuk tamu dengan keterbatasan fisik.	
		31	Tata Graha	137	Pelayanan pembersihan fasilitas tamu, fasilitas publik dan fasilitas karyawan.	
				138	Penyiapan tempat tidur ( <i>turn Down Bed</i> ).	
				139	Pelayanan tamu penting ( <i>VIP treatment</i> ).	
		32	Binatu	140	Tersedia pelayanan cuci dan strika baju tamu.	
		33	Restoran	141	Tersedia pelayanan penyajian makanan dan minuman.	
				142	Tersedia pelayanan penerimaan pembayaran.	
				143	Tersedia pelayanan penyajian makanan Indonesia.	
				144	Tersedia pelayanan penyajian makanan internasional.	
			145	Pelayanan untuk tamu degan keterbatasan fisik, anak-anak dan lanjut usia.		
	34	Room Service	146	Menerima pesanan makanan dan minuman dari kamar.		
			147	Penghidangan makanan minuman ke kamar.		
			148	Penerimaan pembayaran.		
	35	Ruang Rapat	149	Pelayanan penyelenggaraan rapat.		
	36	Ruang Perjamuan	150	Pelayanan penyelenggaraan perjamuan.		
	37	Pelayanan bisnis (Business Center)	151	Pelayanan bisnis.		
	38	Olahraga, Rekreasi, dan Kebugaran	152	Pelayanan sarana olah raga, rekreasi dan kebugaran.		
	39	Keaman	153	Tersedia pelayanan keamanan.		
	40	Kesehatan	154	Tersedia pelayanan kesehatan tamu.		
	41	Jam Operasional	155	Tersedia waktu pemberian pelayanan sesuai kebutuhan operasional.		
	<b>Pengelolaan</b>	42	Organisasi	156	Hotel memiliki struktur organisasi.	

## Lampiran 2 : Instrumen Observasi

No	Aspek	No	Unsur	No	Subunsur	Uraian Observasi	
	Pengelolaan			157	Hotel memiliki uraian tugas setiap jabatan.		
				158	Hotel memiliki SOP atau petunjuk pelaksanaan kerja (manual).		
				159	Hotel memiliki peraturan karyawan/PKB (perjanjian kerja bersama) sesuai peraturan perundang-undangan.		
				160	Memiliki kebijakan organisasi.		
		43	Manajemen		161	Hotel memiliki program pemeriksaan kesehatan Karyawan.	
					162	Memiliki manajemen keselamatan dan kesehatan Kerja (K3) dengan jumlah karyawan minimal 100 orang	
					163	Memiliki sistem penanggulangan kebakaran.	
					164	Memiliki manajemen tanggap darurat.	
					165	Memiliki manajemen penjaminan mutu.	
					166	Pemeliharaan sanitasi, hygiene dan lingkungan.	
				167	Memiliki Sistem Informasi manajemen hotel.		
				168	Memiliki rencana usaha.		
				169	Memiliki program pengembangan produk.		
		44		Kemitraan dan Penggunaan	170	Memiliki program kemitraan dengan usaha mikro, kecil dan menengah.	
			171		Memiliki program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).		
			Program Pemeliharaan dan Perbaikan peralatan Sumber Daya Manusia	172	Melaksanakan pemeliharaan dan perbaikan gedung, perlengkapan dan peralatan.		
				173	Hotel melaksanakan sertifikasi kompetensi bagi karyawan.		
				174	Karyawan mampu berbahasa Asing minimal bahasa Inggris.		
				175	Melaksanakan program pengembangan SDM.		
				176	Melaksanakan penilaian kinerja SDM.		
				Jumlah Subunsur Aspek Produk		<b>126</b>	
				Jumlah Subunsur Aspek Pelayanan		<b>29</b>	
				Jumlah Subunsur Aspek Pengelolaan		<b>21</b>	

Sumber: Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel.

### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian

No. Kuesioner: 12

Tanggal : 23-02-2020

---



Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya  
Program Pascasarjana Fakultas Teknik Sipil Perencanaan dan  
Kebumian  
Bidang Keahlian Perencanaan Real Estate

#### Judul

Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Hotel Bintang 4

#### Kuesioner Survey

**Tujuan Pelaksanaan Survey Utama.** Survey utama bertujuan untuk memperoleh data utama mengenai pengaruh dari Arsitektur Bioklimatik terhadap preferensi konsumen dalam memilih Hotel Bintang 4.

**Lingkup Penelitian.** Responden yang akan menginap

Peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan waktu Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner survey utama ini. Peneliti berharap Bapak/Ibu nantinya berkenan dihubungi kembali apabila terdapat kekeliruan mengenai data pengisian survey utama atau peneliti membutuhkan keterangan tambahan sehubungan dengan survey utama ini.

Hormat saya,

Tri Wahyu Diana

Mahasiswa Program Pascasarjana Jurusan Arsitektur

Bidang Keahlian Real Estate

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

Telp: +6289 647 408 280. Email: [triwahyu6363@gmail.com](mailto:triwahyu6363@gmail.com)

### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian

## ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

### IDENTITAS RESPONDEN

#### Identitas Responden

1. Nama Responden : Riska Maria Putri
2. Jenis Kelamin : Wanita \*) coret yang tidak perlu
3. Usia Responden : >35
  - a. <25 tahun
  - b. 25-29 tahun
  - c. 30-35 tahun
  - d. >35 tahun
4. Daerah Asal : Luar Kota Surabaya
  - a. Surabaya
  - b. Luar Kota Surabaya
5. Pendidikan Terakhir : S1
  - a. SMA
  - b. S1
  - c. S2
  - d. S3
6. Pekerjaan : Karyawan Swasta
  - a. PNS
  - b. Pengusaha
  - c. Karyawan swasta
  - d. Tidak bekerja
7. Jumlah Anggota yang Akan Menginap : 3 Orang
  - a. 1 Orang
  - b. 2 Orang
  - c. 3 Orang
  - d. >4 Orang

### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian

#### A. KUESIONER PENELITIAN PREFERENSI PENGARUH ARSITEKTUR BIOKLIMATIK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN

##### PETUNJUK PENGISIAN:

Berdasarkan atas pengalaman Bapak/Ibu, berilah tanda centang ( √ ) pada bobot nilai alternatif jawaban yang paling merefleksikan persepsi Bapak/Ibu pada setiap pertanyaan. Instrumen preferensi konsumen pada Hotel Bintang 4 disusun dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 pernyataan. Untuk jawaban Sangat setuju (SS), Setuju (S) diberi nilai 4, Ragu-ragu (R) diberi nilai 3, Tidak setuju (TS) diberi nilai 2, Sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1.

Selanjutnya berilah tanda ( √ ) pada gambar yang menurut anda paling sesuai dengan pernyataan.

##### PENJELASAN ARSITEKTUR BIOKLIMATIK:

Berdasarkan observasi lapangan yang sudah dilakukan, didapatkan hasil bahwa Hotel Novotel sudah menerapkan konsep Arsitektur Bioklimatik. **Arsitektur Bioklimatik adalah pendekatan arsitektur dengan menciptakan kenyamanan bagi pengguna tanpa mengenyampingkan lingkungan sekitar.** Untuk itu saya mohon Bapak/Ibu bersedia memberikan pernyataan presepsi Bapak/Ibu terhadap penelitian ini dengan menjawab kuesioner dibawah.

Tabel 1.1. Pertanyaan Pengaruh Konsep Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen.

NO	DAFTAR PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS 5	S 4	R 3	TS 2	STS 1
1	Saya merasa kebiasaan sehari-hari saya sudah dapat terpenuhi di Hotel.	√				
Ilustrasi Gambar						

**Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian**

2	Saya merasa tidak ada perbedaan kelas sosial pada bangunan Hotel.		√				
Ilustrasi Gambar							
3	Saya merasa penerapan arsitektur bioklimatik dapat mendukung kegiatan bersama keluarga.		√				
Ilustrasi Gambar							
4	Saya merasa Hotel sudah terasa aman dan nyaman.		√				
Ilustrasi Gambar							
5	Saya merasa dengan penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel mendorong saya untuk menginap kembali.		√				
Ilustrasi Gambar							

### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian

<p>Ilustrasi Gambar</p>						
<p>6</p>	<p>Saya mendapatkan pengetahuan baru mengenai arsitektur bioklimatik yang diterapkan pada Hotel.</p>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Ilustrasi Gambar</p>						
<p>7</p>	<p>Saya merasa terdapat perbedaan masing-masing individu dalam menyikapi penerapan arsitektur bioklimatik pada Hotel.</p>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Ilustrasi Gambar</p>						
<p>8</p>	<p>Dengan adanya penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel membuat saya sadar bahwa saya senang berdekatan dengan alam.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Ilustrasi Gambar</p>						

### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian

<p>Ilustrasi Gambar</p>		√				
<p>9</p>	<p>Penerapan arsitektur bioklimatik pada Hotel dapat mendukung gaya hidup yang lebih baik.</p>	√				
<p>Ilustrasi Gambar</p>		√				
<p>10</p>	<p>Saya merasa penerapan arsitektur bioklimatik tidak hanya dapat dirasakan oleh pengunjung hotel, tetapi didapatkan oleh masyarakat sekitar.</p>	√				
<p>Ilustrasi Gambar</p>		√				
<p>11</p>	<p>Para staff hotel telah memberikan penjelasan dan informasi mengenai penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel dengan baik.</p>	√				
<p>Ilustrasi Gambar</p>						

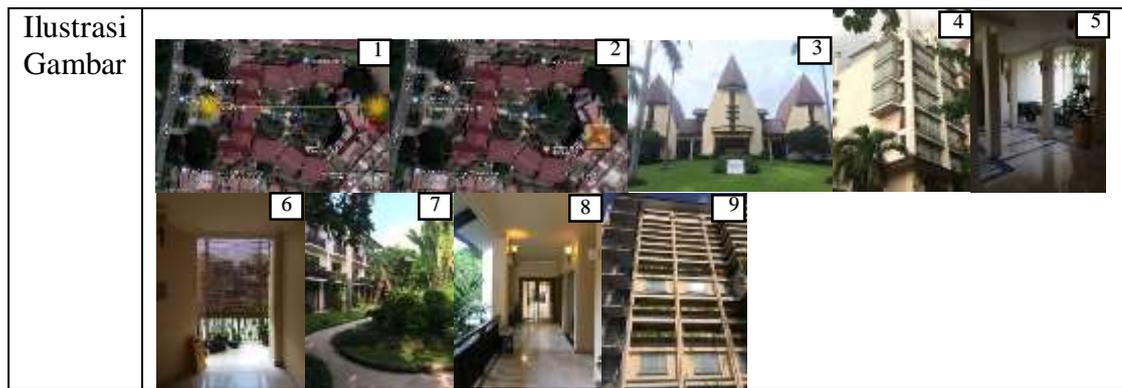
### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian

<p>Ilustrasi Gambar</p>						
<p>12</p>	<p>Banyak hal mengenai menyatunya alam dan bangunan yang dapat di temukan pada hotel.</p>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Ilustrasi Gambar</p>						
<p>13</p>	<p>Saya merasa sikap dan perilaku saya berubah untuk lebih berdekatan dengan alam dan lingkungan sekitar setelah menginap di Hotel.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Ilustrasi Gambar</p>	 <p>Saya akhir-akhir ini memang ingin berdekatan dengan alam setelah saya menginap di Novotel untuk kedua kalinya, ternyata saya baru tahu bahwa Novotel menerapkan pendekatan arsitektur.</p>					
<p>14</p>	<p>Saya merasa kamar dan fasilitas pendukung lainnya sudah baik pada Hotel.</p>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Ilustrasi Gambar</p>						

### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian

<p>Ilustrasi Gambar</p>			√			
<p>15</p>	<p>Saya merasa harga tidak mempengaruhi saya untuk menginap di hotel.</p>		√			
<p>Ilustrasi Gambar</p>			√			
<p>16</p>	<p>Penawaran yang diberikan hotel membuat saya ingin menginap.</p>		√			
<p>Ilustrasi Gambar</p>			√			
<p>17</p>	<p>Saya merasa pengaruh penerapan arsitektur bioklimatik pada hotel sangat memberikan dampak baik bagi pengunjung Hotel.</p>		√			
<p>Ilustrasi Gambar</p>						

### Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian



\*Terima kasih atas ketersediaan dan waktu dalam pengisian kuesioner ini\*

### **Lampiran 3 : Kuesioner Responden Penelitian**

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

**Lampiran 4: Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen**

**5.1.3 Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Terkait Keputusan Untuk Menginap pada Hotel Novotel**

Responden yang dipilih secara acak atau random untuk diminta mengisi kuesioner datanya adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.25 Rekap Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen**

R	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	V2.6	V3.1	V3.2	V3.3	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4	TB
1	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	2	4	4	4	2	66
1	4	2	2	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	4	2	2	4	58
1	2	3	3	4	5	4	5	4	4	4	2	3	3	2	3	3	4	58
2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	76
2	3	4	4	5	4	4	4	2	4	5	3	4	4	3	4	4	5	66
1	4	5	4	4	4	2	2	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	65
2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	47
1	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	69
1	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	3	2	66
1	4	4	2	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4	69
2	4	4	4	5	3	3	2	2	3	5	5	5	4	3	3	4	4	63
2	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	70
1	4	5	4	3	4	5	3	2	5	5	4	5	4	4	4	2	2	65
2	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	2	3	3	74
1	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	76
2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	78
1	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	75
1	4	5	4	5	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	3	3	2	66
1	5	4	5	5	4	2	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	71
1	5	4	5	4	2	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2	2	66
1	2	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	2	3	3	69

**Lampiran 4: Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen**

<b>R</b>	<b>V1.1</b>	<b>V1.2</b>	<b>V1.3</b>	<b>V1.4</b>	<b>V2.1</b>	<b>V2.2</b>	<b>V2.3</b>	<b>V2.4</b>	<b>V2.5</b>	<b>V2.6</b>	<b>V3.1</b>	<b>V3.2</b>	<b>V3.3</b>	<b>V4.1</b>	<b>V4.2</b>	<b>V4.3</b>	<b>V4.4</b>	<b>TB</b>
2	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	73
2	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	74
1	4	4	4	4	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	69
2	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	75
2	4	5	4	5	4	5	3	2	4	4	5	4	5	5	4	2	2	67
1	3	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	2	3	3	68
2	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	72
2	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	70
1	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	77
1	3	4	5	5	4	4	4	2	5	4	5	5	5	5	3	3	2	68
1	4	3	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	67
1	4	4	5	5	2	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	70
2	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	79
1	4	5	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	2	4	5	71
2	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	77
1	4	4	5	4	3	3	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	69
1	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	75
1	4	4	4	2	4	5	3	2	5	5	4	5	4	5	4	4	5	69
2	4	2	2	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	67
1	2	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	2	2	65
2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	73
1	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	76
1	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	75
1	3	3	2	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	70
2	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	2	69
1	4	5	3	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	73
2	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	3	78
1	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	4	75
1	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	75

**Lampiran 4 : Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Terhadap Preferensi Konsumen**

<b>R</b>	<b>V1.1</b>	<b>V1.2</b>	<b>V1.3</b>	<b>V1.4</b>	<b>V2.1</b>	<b>V2.2</b>	<b>V2.3</b>	<b>V2.4</b>	<b>V2.5</b>	<b>V2.6</b>	<b>V3.1</b>	<b>V3.2</b>	<b>V3.3</b>	<b>V4.1</b>	<b>V4.2</b>	<b>V4.3</b>	<b>V4.4</b>	<b>TB</b>
1	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	79
1	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	76
1	4	2	2	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	71
2	2	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	70
1	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	75
2	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	73
1	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	80
1	3	3	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	73
1	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	78
2	4	5	3	2	5	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	70
2	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	74
1	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	3	5	4	5	4	75
1	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	80
1	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	81
2	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	80
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	79
2	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	79
1	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	3	5	5	76
1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	5	71
2	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	78
1	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	77
2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	81
1	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	78
1	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	81
1	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	81
1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	81
1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	75
2	4	2	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	74
1	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	74

**Lampiran 4: Rekap Hasil Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen**

R	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	V2.6	V3.1	V3.2	V3.3	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4	TB
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	81
1	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	76
2	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	81
2	5	4	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	75
1	4	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	5	72
1	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	73
1	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	73
2	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	80
1	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	73
2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	80
1	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	80
1	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	3	3	5	74
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	79
2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	77
2	4	4	3	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5	73
1	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	75
1	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	77
2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	3	4	3	4	71
1	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	82
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	80
1	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	81

Sumber : Hasil Olah Data 2020

Keterangan:

R = Responden (1 = Laki-laki, 2 = Perempuan), 1 = Sangat tidak setuju, 2 = Tidak setuju, 3 = Ragu-ragu, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju, TB = Tingkat Bioklimatik

## Lampiran 5: Analisis Data Responden

### 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat responden berdasarkan jenis kelamin. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	62	62.0	62.0	62.0
	Perempuan	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data, 2020

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi atau konsumen yang menginap pada hotel Novotel berjenis kelamin laki-laki hampir dua kali lipat dari tamu perempuan. Karena memang pada umumnya kalangan pembisnis berjenis kelamin laki-laki.

### 2. Data Responden Berdasarkan Usia

Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat responden berdasarkan usia. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.2 Usia Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<25 Tahun	5	5.0	5.0	5.0
	25-29 Tahun	12	12.0	12.0	17.0
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	30-35 Tahun	29	29.0	29.0	46.0
	>35 Tahun	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data, 2020

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia responden yang paling banyak menginap pada hotel Novotel adalah berusia >35 tahun. Karena

## Lampiran 5: Analisis Data Responden

memang biasanya pada usia diatas 35 tahun responden sudah banyak yang memiliki pekerjaan. Dan tidak sedikit pada umur >35 baru memulai membuka usaha baik dalam bidang apapun.

### 3. Data Responden Berdasarkan Daerah Asal

Berikut adalah data dari instrumen kuisisioner untuk melihat responden berdasarkan daerah asal. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.3 Daerah Asal Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Surabaya	28	28.0	28.0	28.0
	Luar Kota Surabaya	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Olah Data, 2020*

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa reponden yang menginap pada hotel Novotel didominasi oleh tamu luar kota. Dan itu menjadi hal yang baik sekaligus hal yang buruk. Hal baiknya kawasan property khususnya hotel semakin meningkat dan memiliki citra baik. Buruknya masyarakat Surabaya khususnya pengusaha kebalikannya mereka lebih senang untuk mengadakan bisnis/rapat di luar kota.

### 4. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut adalah data dari instrumen kuisisioner untuk melihat responden berdasarkan pendidikan terakhir. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.4 Pendidikan Terakhir Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	4	4.0	4.0	4.0
	S1	73	73.0	73.0	77.0
	S2	22	22.0	22.0	99.0
	S3	1	1.0	1.0	100.0

## Lampiran 5: Analisis Data Responden

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Sumber : Hasil Olah Data, 2020

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tamu hotel yang menginap pada hotel Novotel didominasi dengan latar belakang pendidikan S1 tiga kali lipat lebih dari pada S3, karena memang banyak pengusaha/pembisnis yang menginap.

### 5. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat responden berdasarkan pekerjaan. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.5 Pekerjaan Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	20	20.0	20.0	20.0
	Pengusaha	41	41.0	41.0	61.0
	Karyawan Swasta	37	37.0	37.0	98.0
	Tidak Bekerja	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data, 2020

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa reponden yang menginap pada hotel Novotel paling banyak bekerja sebagai pengusaha dan tidak terpaut jauh dengan karyawan swasta. Hal tersebut tidak bisa dipungkiri karena Novotel memang merupakan hotel bisnis.

### 6. Data Responden Berdasarkan Jumlah Anggota yang menginap

Berikut adalah data dari instrumen kuisioner untuk melihat data responden berdasarkan jumlah anggota yang menginap. Data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.6 Jumlah Anggota yang Menginap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 anggota	13	13.0	13.0	13.0
	2 anggota	53	53.0	53.0	66.0
	3 anggota	11	11.0	11.0	77.0
	4 anggota	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## **Lampiran 5: Analisis Data Responden**

*Sumber : Hasil Olah Data, 2020*

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa reponden yang menginap pada hotel Novotel jumlah anggota paling banyak adalah beranggotakan 2 orang. Karena kebanyakan tamu yang menginap adalah pembisnis yang berasal dari luar kota. Biasanya para tamu membawa 1-2 anggota keluarga untuk mendampngi dan bisa bersantai bersama disaat urusan bisnis sudah selesai.

## Lampiran 6: Hasil Uji Beda Mean dan Standar Deviasi

		Descriptives							
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Variabel Budaya	Laki-Laki	62	4.02	.713	.091	3.84	4.20	2	5
	Perempuan	38	3.95	.655	.106	3.73	4.16	2	5
	Total	100	3.99	.689	.069	3.85	4.13	2	5
Variabel Kelas Sosial	Laki-Laki	62	4.34	.788	.100	4.14	4.54	2	5
	Perempuan	38	4.29	.802	.130	4.03	4.55	2	5
	Total	100	4.32	.790	.079	4.16	4.48	2	5
Variabel Keluarga	Laki-Laki	62	4.16	.891	.113	3.94	4.39	2	5
	Perempuan	38	4.24	.852	.138	3.96	4.52	2	5
	Total	100	4.19	.873	.087	4.02	4.36	2	5
Variabel Situasi	Laki-Laki	62	4.16	.751	.095	3.97	4.35	2	5
	Perempuan	38	4.37	.819	.133	4.10	4.64	2	5
	Total	100	4.24	.780	.078	4.09	4.39	2	5
Variabel Motivasi	Laki-Laki	62	4.29	.776	.099	4.09	4.49	2	5
	Perempuan	38	4.32	.739	.120	4.07	4.56	2	5
	Total	100	4.30	.759	.076	4.15	4.45	2	5
Variabel Pengetahuan	Laki-Laki	62	4.37	.834	.106	4.16	4.58	2	5
	Perempuan	38	4.47	.725	.118	4.24	4.71	3	5
	Total	100	4.41	.793	.079	4.25	4.57	2	5
Variabel Sikap	Laki-Laki	62	4.23	.931	.118	3.99	4.46	2	5
	Perempuan	38	4.34	.745	.121	4.10	4.59	2	5
	Total	100	4.27	.863	.086	4.10	4.44	2	5
Variabel Kepribadian	Laki-Laki	62	4.03	.886	.113	3.81	4.26	2	5
	Perempuan	38	4.26	.921	.149	3.96	4.57	2	5

## Lampiran 6 : Hasil Uji Beda Mean dan Standar Deviasi

	Total	100	4.12	.902	.090	3.94	4.30	2	5
Variabel Gaya Hidup	Laki-Laki	62	4.58	.641	.081	4.42	4.74	2	5
	Perempuan	38	4.42	.642	.104	4.21	4.63	3	5
	Total	100	4.52	.643	.064	4.39	4.65	2	5
Variabel Demografi	Laki-Laki	62	4.66	.510	.065	4.53	4.79	3	5
	Perempuan	38	4.63	.589	.096	4.44	4.83	3	5
	Total	100	4.65	.539	.054	4.54	4.76	3	5
Variabel Pengolahan Informasi	Laki-Laki	62	4.50	.647	.082	4.34	4.66	2	5
	Perempuan	38	4.58	.599	.097	4.38	4.78	3	5
	Total	100	4.53	.627	.063	4.41	4.65	2	5
Variabel Pembelajaran	Laki-Laki	62	4.65	.630	.080	4.49	4.81	2	5
	Perempuan	38	4.63	.541	.088	4.45	4.81	3	5
	Total	100	4.64	.595	.059	4.52	4.76	2	5
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Laki-Laki	62	4.37	.814	.103	4.16	4.58	2	5
	Perempuan	38	4.58	.642	.104	4.37	4.79	2	5
	Total	100	4.45	.757	.076	4.30	4.60	2	5
Variabel Produk	Laki-Laki	62	4.47	.646	.082	4.30	4.63	2	5
	Perempuan	38	4.37	.751	.122	4.12	4.62	3	5
	Total	100	4.43	.685	.069	4.29	4.57	2	5
Variabel Harga	Laki-Laki	62	4.10	.882	.112	3.87	4.32	2	5
	Perempuan	38	4.05	.868	.141	3.77	4.34	2	5
	Total	100	4.08	.872	.087	3.91	4.25	2	5
Variabel Promosi	Laki-Laki	62	4.00	.887	.113	3.77	4.23	2	5
	Perempuan	38	4.03	.822	.133	3.76	4.30	2	5
	Total	100	4.01	.859	.086	3.84	4.18	2	5
Variabel Distribusi	Laki-Laki	62	4.15	.973	.124	3.90	4.39	2	5
	Perempuan	38	4.21	.905	.147	3.91	4.51	2	5
	Total	100	4.17	.943	.094	3.98	4.36	2	5

## Lampiran 6 : Hasil Uji Beda Mean dan Standar Deviasi

### Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Variabel Budaya	.009	1	98	.924
Variabel Kelas Sosial	.078	1	98	.780
Variabel Keluarga	.003	1	98	.954
Variabel Situasi	.962	1	98	.329
Variabel Motivasi	.111	1	98	.740
Variabel Pengetahuan	.378	1	98	.540
Variabel Sikap	1.537	1	98	.218
Variabel Kepribadian	1.294	1	98	.258
Variabel Gaya Hidup	.349	1	98	.556
Variabel Demografi	.786	1	98	.377
Variabel Pengolahan Informasi	.298	1	98	.586
Variabel Pembelajaran	.079	1	98	.779
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	3.728	1	98	.056
Variabel Produk	2.326	1	98	.130
Variabel Harga	.004	1	98	.953
Variabel Promosi	.436	1	98	.510
Variabel Distribusi	.097	1	98	.756

### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Variabel Budaya	Between Groups	.111	1	.111	.233	.630
	Within Groups	46.879	98	.478		
	Total	46.990	99			
Variabel Kelas Sosial	Between Groups	.057	1	.057	.091	.764
	Within Groups	61.703	98	.630		
	Total	61.760	99			
Variabel Keluarga	Between Groups	.134	1	.134	.175	.677
	Within Groups	75.256	98	.768		
	Total	75.390	99			
Variabel Situasi	Between Groups	1.011	1	1.011	1.672	.199
	Within Groups	59.229	98	.604		
	Total	60.240	99			
Variabel Motivasi	Between Groups	.015	1	.015	.026	.872
	Within Groups	56.985	98	.581		

## Lampiran 6 : Hasil Uji Beda Mean dan Standar Deviasi

	Total	57.000	99			
Variabel Pengetahuan	Between Groups	.249	1	.249	.393	.532
	Within Groups	61.941	98	.632		
	Total	62.190	99			
Variabel Sikap	Between Groups	.319	1	.319	.426	.516
	Within Groups	73.391	98	.749		
	Total	73.710	99			
Variabel Kepribadian	Between Groups	1.256	1	1.256	1.552	.216
	Within Groups	79.304	98	.809		
	Total	80.560	99			
Variabel Gaya Hidup	Between Groups	.600	1	.600	1.457	.230
	Within Groups	40.360	98	.412		
	Total	40.960	99			
Variabel Demografi	Between Groups	.021	1	.021	.071	.791
	Within Groups	28.729	98	.293		
	Total	28.750	99			
Variabel Pengolahan Informasi	Between Groups	.147	1	.147	.371	.544
	Within Groups	38.763	98	.396		
	Total	38.910	99			
Variabel Pembelajaran	Between Groups	.004	1	.004	.012	.912
	Within Groups	35.036	98	.358		
	Total	35.040	99			
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Between Groups	1.019	1	1.019	1.792	.184
	Within Groups	55.731	98	.569		
	Total	56.750	99			
Variabel Produk	Between Groups	.232	1	.232	.492	.485
	Within Groups	46.278	98	.472		
	Total	46.510	99			
Variabel Harga	Between Groups	.046	1	.046	.060	.807
	Within Groups	75.314	98	.769		
	Total	75.360	99			
Variabel Promosi	Between Groups	.016	1	.016	.022	.883
	Within Groups	72.974	98	.745		
	Total	72.990	99			
Variabel Distribusi	Between Groups	.101	1	.101	.112	.738
	Within Groups	88.009	98	.898		
	Total	88.110	99			

**Lampiran 7: Data Faktor Dominan Mean dan Standar Deviasi**

		<b>Statistics</b>				
		Variabel Budaya	Variabel Kelas Sosial	Variabel Keluarga	Variabel Situasi	Variabel Motivasi
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.99	4.32	4.19	4.24	4.30
Std. Deviation		.689	.790	.873	.780	.759

		<b>Statistics</b>				
		Variabel Pengetahuan	Variabel Sikap	Variabel Kepribadian	Variabel Gaya Hidup	Variabel Demografi
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.41	4.27	4.12	4.52	4.65
Std. Deviation		.793	.863	.902	.643	.539

		<b>Statistics</b>				
		Variabel Pengolahan Informasi	Variabel Pembelajaran	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Variabel Produk	Variabel Harga
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.53	4.64	4.45	4.43	4.08
Std. Deviation		.627	.595	.757	.685	.872

		<b>Statistics</b>	
		Variabel Promosi	Variabel Distribusi
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
Mean		4.01	4.17
Std. Deviation		.859	.943

## Lampiran 7: Data Faktor Dominan Mean dan Standar Deviasi

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

**Lampiran 8 : Data Uji Validitas**

		<b>Correlations</b>							
		Variabel Budaya	Variabel Kelas Sosial	Variabel Keluarga	Variabel Situasi	Variabel Motivasi	Variabel Pengetahuan	Variabel Sikap	Variabel Kepribadian
Variabel Budaya	Pearson Correlation	1	.396**	.306**	.061	.083	.026	.039	.034
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.547	.411	.797	.703	.734
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Kelas Sosial	Pearson Correlation	.396**	1	.482**	.136	.108	.208*	.065	-.140
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.176	.285	.038	.523	.166
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Keluarga	Pearson Correlation	.306**	.482**	1	.363**	.096	.120	.025	-.055
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.342	.235	.804	.587
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Situasi	Pearson Correlation	.061	.136	.363**	1	.065	.182	.098	.030
	Sig. (2-tailed)	.547	.176	.000		.522	.069	.333	.764
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Motivasi	Pearson Correlation	.083	.108	.096	.065	1	.348**	.430**	.227*
	Sig. (2-tailed)	.411	.285	.342	.522		.000	.000	.023
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Pengetahuan	Pearson Correlation	.026	.208*	.120	.182	.348**	1	.575**	.199*
	Sig. (2-tailed)	.797	.038	.235	.069	.000		.000	.047
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Sikap	Pearson Correlation	.039	.065	.025	.098	.430**	.575**	1	.425**

## Lampiran 8 : Data Uji Validitas

	Sig. (2-tailed)	.703	.523	.804	.333	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Kepribadian	Pearson Correlation	.034	-.140	-.055	.030	.227*	.199*	.425**	1
	Sig. (2-tailed)	.734	.166	.587	.764	.023	.047	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Gaya Hidup	Pearson Correlation	.194	.126	.128	.091	.236*	.469**	.254*	.100
	Sig. (2-tailed)	.053	.210	.204	.368	.018	.000	.011	.321
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Demografi	Pearson Correlation	.045	.076	.207*	-.014	.136	.032	-.034	-.017
	Sig. (2-tailed)	.657	.453	.039	.887	.178	.753	.739	.870
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Pengolahan Informasi	Pearson Correlation	.223*	.001	.183	.171	-.040	.046	.032	.190
	Sig. (2-tailed)	.026	.994	.068	.089	.690	.648	.755	.058
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Pembelajaran	Pearson Correlation	.040	.312**	.172	.057	.107	.081	.034	.006
	Sig. (2-tailed)	.690	.002	.087	.570	.288	.426	.738	.953
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Pearson Correlation	.144	.162	.282**	.226*	-.009	.043	-.002	.024
	Sig. (2-tailed)	.152	.107	.004	.024	.931	.672	.982	.815
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Produk	Pearson Correlation	.095	.060	.115	.070	.099	.249*	.092	.046
	Sig. (2-tailed)	.348	.550	.253	.492	.327	.013	.362	.647
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

## Lampiran 8 : Data Uji Validitas

Variabel Harga	Pearson Correlation	.153	.109	.166	-.073	.070	.011	.119	.193
	Sig. (2-tailed)	.130	.280	.100	.470	.488	.917	.240	.054
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Promosi	Pearson Correlation	.256*	.144	.213*	.102	.088	.187	.201*	.168
	Sig. (2-tailed)	.010	.152	.033	.313	.382	.063	.045	.095
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Distribusi	Pearson Correlation	.189	.075	.157	.177	.267**	.163	.241*	.296**
	Sig. (2-tailed)	.059	.456	.120	.078	.007	.106	.016	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.428**	.436**	.547**	.363**	.448**	.521**	.488**	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

### Correlations

		Variabel Gaya Hidup	Variabel Demografi	Variabel Pengolahan Informasi	Variabel Pembelajaran	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Variabel Produk	Variabel Harga	Variabel Promosi
Variabel Budaya	Pearson Correlation	.194	.045	.223*	.040	.144	.095	.153	.256*
	Sig. (2-tailed)	.053	.657	.026	.690	.152	.348	.130	.010
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Kelas Sosial	Pearson Correlation	.126	.076	.001	.312**	.162	.060	.109	.144
	Sig. (2-tailed)	.210	.453	.994	.002	.107	.550	.280	.152
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

## Lampiran 8 : Data Uji Validitas

Variabel Keluarga	Pearson Correlation	.128	.207*	.183	.172	.282**	.115	.166	.213*
	Sig. (2-tailed)	.204	.039	.068	.087	.004	.253	.100	.033
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Situasi	Pearson Correlation	.091	-.014	.171	.057	.226*	.070	-.073	.102
	Sig. (2-tailed)	.368	.887	.089	.570	.024	.492	.470	.313
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Motivasi	Pearson Correlation	.236*	.136	-.040	.107	-.009	.099	.070	.088
	Sig. (2-tailed)	.018	.178	.690	.288	.931	.327	.488	.382
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Pengetahuan	Pearson Correlation	.469**	.032	.046	.081	.043	.249*	.011	.187
	Sig. (2-tailed)	.000	.753	.648	.426	.672	.013	.917	.063
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Sikap	Pearson Correlation	.254*	-.034	.032	.034	-.002	.092	.119	.201*
	Sig. (2-tailed)	.011	.739	.755	.738	.982	.362	.240	.045
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Kepribadian	Pearson Correlation	.100	-.017	.190	.006	.024	.046	.193	.168
	Sig. (2-tailed)	.321	.870	.058	.953	.815	.647	.054	.095
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Gaya Hidup	Pearson Correlation	1	.064	.111	.151	.158	.152	-.057	.082
	Sig. (2-tailed)		.526	.271	.134	.117	.131	.574	.418
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Demografi	Pearson Correlation	.064	1	.136	.044	.167	.165	-.090	.073

**Lampiran 8 : Data Uji Validitas**

	Sig. (2-tailed)	.526		.177	.663	.097	.100	.372	.470
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Pengolahan Informasi	Pearson Correlation	.111	.136	1	.219*	.514**	.264**	.143	.253*
	Sig. (2-tailed)	.271	.177		.029	.000	.008	.155	.011
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Pembelajaran	Pearson Correlation	.151	.044	.219*	1	.363**	.260**	.173	.047
	Sig. (2-tailed)	.134	.663	.029		.000	.009	.086	.645
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Pearson Correlation	.158	.167	.514**	.363**	1	.285**	.098	.335**
	Sig. (2-tailed)	.117	.097	.000	.000		.004	.333	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Produk	Pearson Correlation	.152	.165	.264**	.260**	.285**	1	.128	.319**
	Sig. (2-tailed)	.131	.100	.008	.009	.004		.205	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Harga	Pearson Correlation	-.057	-.090	.143	.173	.098	.128	1	.309**
	Sig. (2-tailed)	.574	.372	.155	.086	.333	.205		.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Promosi	Pearson Correlation	.082	.073	.253*	.047	.335**	.319**	.309**	1
	Sig. (2-tailed)	.418	.470	.011	.645	.001	.001	.002	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Variabel Distribusi	Pearson Correlation	-.014	.118	.119	.146	.203*	.151	.388**	.459**
	Sig. (2-tailed)	.890	.241	.237	.147	.043	.133	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

## Lampiran 8 : Data Uji Validitas

Total	Pearson Correlation	.398**	.238*	.440**	.383**	.492**	.437**	.393**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

### Correlations

		Variabel Distribusi	Total
Variabel Budaya	Pearson Correlation	.189	.428**
	Sig. (2-tailed)	.059	.000
	N	100	100
Variabel Kelas Sosial	Pearson Correlation	.075	.436**
	Sig. (2-tailed)	.456	.000
	N	100	100
Variabel Keluarga	Pearson Correlation	.157	.547**
	Sig. (2-tailed)	.120	.000
	N	100	100
Variabel Situasi	Pearson Correlation	.177	.363**
	Sig. (2-tailed)	.078	.000
	N	100	100
Variabel Motivasi	Pearson Correlation	.267**	.448**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000
	N	100	100
Variabel Pengetahuan	Pearson Correlation	.163	.521**
	Sig. (2-tailed)	.106	.000
	N	100	100
Variabel Sikap	Pearson Correlation	.241*	.488**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000
	N	100	100
Variabel Kepribadian	Pearson Correlation	.296**	.381**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000
	N	100	100
Variabel Gaya Hidup	Pearson Correlation	-.014	.398**
	Sig. (2-tailed)	.890	.000
	N	100	100
Variabel Demografi	Pearson Correlation	.118	.238*
	Sig. (2-tailed)	.241	.017
	N	100	100
Variabel Pengolahan Informasi	Pearson Correlation	.119	.440**
	Sig. (2-tailed)	.237	.000
	N	100	100
Variabel Pembelajaran	Pearson Correlation	.146	.383**
	Sig. (2-tailed)	.147	.000
	N	100	100

## Lampiran 8 : Data Uji Validitas

Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Pearson Correlation	.203*	.492**
	Sig. (2-tailed)	.043	.000
	N	100	100
Variabel Produk	Pearson Correlation	.151	.437**
	Sig. (2-tailed)	.133	.000
	N	100	100
Variabel Harga	Pearson Correlation	.388**	.393**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Variabel Promosi	Pearson Correlation	.459**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100
Variabel Distribusi	Pearson Correlation	1	.577**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Total	Pearson Correlation	.577**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 8 : Data Uji Validitas

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

## Lampiran 9 : Data Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Variabel Budaya	12.75	3.321	.344	.599
Variabel Kelas Sosial	12.42	2.771	.481	.502
Variabel Keluarga	12.55	2.371	.568	.420
Variabel Situasi	12.50	3.323	.256	.660

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.662	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Variabel Motivasi	21.97	5.524	.458	.596
Variabel Pengetahuan	21.86	5.112	.557	.556
Variabel Sikap	22.00	4.727	.603	.530
Variabel Kepribadian	22.15	5.563	.319	.654
Variabel Gaya Hidup	21.75	6.169	.360	.631
Variabel Demografi	21.62	7.309	.046	.707

## Lampiran 9 : Data Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Variabel Pengolahan Informasi	9.09	1.254	.464	.522
Variabel Pembelajaran	8.98	1.454	.342	.671
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	9.17	.910	.564	.359

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Variabel Produk	12.26	4.235	.257	.654
Variabel Harga	12.61	3.412	.389	.578
Variabel Promosi	12.68	3.109	.523	.477
Variabel Distribusi	12.52	2.959	.486	.502

**Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi**

**Anti-image Matrices**

		Variabel Budaya	Variabel Kelas Sosial	Variabel Keluarga	Variabel Situasi
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	.675	-.232	-.056	.048
	Variabel Kelas Sosial	-.232	.551	-.201	.011
	Variabel Keluarga	-.056	-.201	.593	-.230
	Variabel Situasi	.048	.011	-.230	.751
	Variabel Motivasi	-.026	-.004	-.024	.008
	Variabel Pengetahuan	.113	-.119	.010	-.060
	Variabel Sikap	-.004	.005	.019	-.007
	Variabel Kepribadian	-.003	.082	.027	.009
	Variabel Gaya Hidup	-.164	.074	-.025	.012
	Variabel Demografi	.053	-.014	-.146	.139
	Variabel Pengolahan Informasi	-.148	.110	-.020	-.068
	Variabel Pembelajaran	.125	-.202	.023	.040
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.049	-.022	-.049	-.068
	Variabel Produk	-.034	.074	.012	-1.443E-7
	Variabel Harga	-.002	-.014	-.114	.159
	Variabel Promosi	-.059	-.034	-.029	.041
Variabel Distribusi	-.090	.056	.026	-.130	
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	.570 <sup>a</sup>	-.380	-.089	.068
	Variabel Kelas Sosial	-.380	.561 <sup>a</sup>	-.352	.017
	Variabel Keluarga	-.089	-.352	.699 <sup>a</sup>	-.345
	Variabel Situasi	.068	.017	-.345	.554 <sup>a</sup>
	Variabel Motivasi	-.038	-.006	-.037	.011
	Variabel Pengetahuan	.199	-.233	.019	-.101

**Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi**

Variabel Sikap	-0.008	.010	.035	-.011
Variabel Kepribadian	-.004	.132	.041	.013
Variabel Gaya Hidup	-.242	.121	-.040	.016
Variabel Demografi	.070	-.020	-.207	.174
Variabel Pengolahan Informasi	-.228	.188	-.033	-.100
Variabel Pembelajaran	.184	-.330	.037	.055
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.079	-.039	-.085	-.103
Variabel Produk	-.048	.116	.018	-1.925E-7
Variabel Harga	-.003	-.022	-.176	.217
Variabel Promosi	-.092	-.059	-.048	.061
Variabel Distribusi	-.143	.099	.044	-.196

**Anti-image Matrices**

		Variabel Motivasi	Variabel Pengetahuan	Variabel Sikap	Variabel Kepribadian
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	-.026	.113	-.004	-.003
	Variabel Kelas Sosial	-.004	-.119	.005	.082
	Variabel Keluarga	-.024	.010	.019	.027
	Variabel Situasi	.008	-.060	-.007	.009
	Variabel Motivasi	.721	-.037	-.159	-.037
	Variabel Pengetahuan	-.037	.475	-.221	.018
	Variabel Sikap	-.159	-.221	.516	-.189
	Variabel Kepribadian	-.037	.018	-.189	.705
	Variabel Gaya Hidup	-.074	-.232	.019	-.029
	Variabel Demografi	-.104	.015	.044	.013
	Variabel Pengolahan Informasi	.061	-.024	.015	-.128

**Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi**

	Variabel Pembelajaran	-.050	.051	.001	.005
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.034	.053	.003	.044
	Variabel Produk	-.021	-.132	.047	.032
	Variabel Harga	.014	.038	-.024	-.057
	Variabel Promosi	.051	-.022	-.048	-.001
	Variabel Distribusi	-.113	-.039	5.955E-5	-.110
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	-.038	.199	-.008	-.004
	Variabel Kelas Sosial	-.006	-.233	.010	.132
	Variabel Keluarga	-.037	.019	.035	.041
	Variabel Situasi	.011	-.101	-.011	.013
	Variabel Motivasi	.781 <sup>a</sup>	-.064	-.260	-.053
	Variabel Pengetahuan	-.064	.627 <sup>a</sup>	-.447	.031
	Variabel Sikap	-.260	-.447	.698 <sup>a</sup>	-.314
	Variabel Kepribadian	-.053	.031	-.314	.710 <sup>a</sup>
	Variabel Gaya Hidup	-.105	-.408	.032	-.041
	Variabel Demografi	-.134	.024	.068	.017
	Variabel Pengolahan Informasi	.092	-.045	.027	-.194
	Variabel Pembelajaran	-.072	.090	.001	.008
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.053	.102	.005	.069
	Variabel Produk	-.028	-.222	.076	.043
	Variabel Harga	.020	.066	-.040	-.081
Variabel Promosi	.077	-.040	-.085	-.001	
Variabel Distribusi	-.174	-.074	.000	-.172	

**Anti-image Matrices**

**Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi**

		Variabel Gaya Hidup	Variabel Demografi	Variabel Pengolahan Informasi	Variabel Pembelajaran
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	-.164	.053	-.148	.125
	Variabel Kelas Sosial	.074	-.014	.110	-.202
	Variabel Keluarga	-.025	-.146	-.020	.023
	Variabel Situasi	.012	.139	-.068	.040
	Variabel Motivasi	-.074	-.104	.061	-.050
	Variabel Pengetahuan	-.232	.015	-.024	.051
	Variabel Sikap	.019	.044	.015	.001
	Variabel Kepribadian	-.029	.013	-.128	.005
	Variabel Gaya Hidup	.679	-.018	.022	-.088
	Variabel Demografi	-.018	.839	-.070	.056
	Variabel Pengolahan Informasi	.022	-.070	.620	-.069
	Variabel Pembelajaran	-.088	.056	-.069	.684
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-.076	-.044	-.235	-.153
	Variabel Produk	.020	-.103	-.057	-.152
	Variabel Harga	.041	.153	-.059	-.077
	Variabel Promosi	.001	.028	-.029	.132
Variabel Distribusi	.105	-.108	.079	-.081	
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	-.242	.070	-.228	.184
	Variabel Kelas Sosial	.121	-.020	.188	-.330
	Variabel Keluarga	-.040	-.207	-.033	.037
	Variabel Situasi	.016	.174	-.100	.055
	Variabel Motivasi	-.105	-.134	.092	-.072
	Variabel Pengetahuan	-.408	.024	-.045	.090
	Variabel Sikap	.032	.068	.027	.001
	Variabel Kepribadian	-.041	.017	-.194	.008

**Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi**

Variabel Gaya Hidup	.621 <sup>a</sup>	-.024	.033	-.130
Variabel Demografi	-.024	.469 <sup>a</sup>	-.097	.074
Variabel Pengolahan Informasi	.033	-.097	.648 <sup>a</sup>	-.106
Variabel Pembelajaran	-.130	.074	-.106	.564 <sup>a</sup>
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-.122	-.063	-.396	-.244
Variabel Produk	.028	-.130	-.084	-.212
Variabel Harga	.059	.198	-.088	-.110
Variabel Promosi	.002	.039	-.048	.203
Variabel Distribusi	.167	-.154	.131	-.128

**Anti-image Matrices**

	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	Variabel Produk	Variabel Harga	Variabel Promosi	
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	.049	-.034	-.002	-.059
	Variabel Kelas Sosial	-.022	.074	-.014	-.034
	Variabel Keluarga	-.049	.012	-.114	-.029
	Variabel Situasi	-.068	-1.443E-7	.159	.041
	Variabel Motivasi	.034	-.021	.014	.051
	Variabel Pengetahuan	.053	-.132	.038	-.022
	Variabel Sikap	.003	.047	-.024	-.048
	Variabel Kepribadian	.044	.032	-.057	-.001
	Variabel Gaya Hidup	-.076	.020	.041	.001
	Variabel Demografi	-.044	-.103	.153	.028
	Variabel Pengolahan Informasi	-.235	-.057	-.059	-.029
	Variabel Pembelajaran	-.153	-.152	-.077	.132

**Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi**

	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.570	-.043	.048	-.126
	Variabel Produk	-.043	.749	-.038	-.155
	Variabel Harga	.048	-.038	.715	-.083
	Variabel Promosi	-.126	-.155	-.083	.613
	Variabel Distribusi	-.044	.042	-.185	-.195
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	.079	-.048	-.003	-.092
	Variabel Kelas Sosial	-.039	.116	-.022	-.059
	Variabel Keluarga	-.085	.018	-.176	-.048
	Variabel Situasi	-.103	-1.925E-7	.217	.061
	Variabel Motivasi	.053	-.028	.020	.077
	Variabel Pengetahuan	.102	-.222	.066	-.040
	Variabel Sikap	.005	.076	-.040	-.085
	Variabel Kepribadian	.069	.043	-.081	-.001
	Variabel Gaya Hidup	-.122	.028	.059	.002
	Variabel Demografi	-.063	-.130	.198	.039
	Variabel Pengolahan Informasi	-.396	-.084	-.088	-.048
	Variabel Pembelajaran	-.244	-.212	-.110	.203
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.719 <sup>a</sup>	-.066	.076	-.214
	Variabel Produk	-.066	.716 <sup>a</sup>	-.052	-.228
	Variabel Harga	.076	-.052	.638 <sup>a</sup>	-.125
	Variabel Promosi	-.214	-.228	-.125	.741 <sup>a</sup>
Variabel Distribusi	-.076	.064	-.286	-.326	

**Anti-image Matrices**

		Variabel Distribusi
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	-.090
	Variabel Kelas Sosial	.056

## Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi

	Variabel Keluarga	.026
	Variabel Situasi	-.130
	Variabel Motivasi	-.113
	Variabel Pengetahuan	-.039
	Variabel Sikap	5.955E-5
	Variabel Kepribadian	-.110
	Variabel Gaya Hidup	.105
	Variabel Demografi	-.108
	Variabel Pengolahan Informasi	.079
	Variabel Pembelajaran	-.081
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-.044
	Variabel Produk	.042
	Variabel Harga	-.185
	Variabel Promosi	-.195
	Variabel Distribusi	.584
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	-.143
	Variabel Kelas Sosial	.099
	Variabel Keluarga	.044
	Variabel Situasi	-.196
	Variabel Motivasi	-.174
	Variabel Pengetahuan	-.074
	Variabel Sikap	.000
	Variabel Kepribadian	-.172
	Variabel Gaya Hidup	.167
	Variabel Demografi	-.154
	Variabel Pengolahan Informasi	.131
	Variabel Pembelajaran	-.128
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-.076
	Variabel Produk	.064

## Lampiran 10 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Sebelum Reduksi

Variabel Harga	-.286
Variabel Promosi	-.326
Variabel Distribusi	.660 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

**Lampiran 11 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Setelah Reduksi**

**Anti-image Matrices**

		Variabel Budaya	Variabel Kelas Sosial	Variabel Keluarga	Variabel Situasi
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	.679	-.232	-.049	.041
	Variabel Kelas Sosial	-.232	.552	-.212	.013
	Variabel Keluarga	-.049	-.212	.619	-.222
	Variabel Situasi	.041	.013	-.222	.775
	Variabel Motivasi	-.020	-.006	-.045	.026
	Variabel Pengetahuan	.112	-.119	.013	-.065
	Variabel Sikap	-.007	.006	.028	-.015
	Variabel Kepribadian	-.003	.083	.030	.007
	Variabel Gaya Hidup	-.163	.074	-.030	.015
	Variabel Pengolahan Informasi	-.145	.110	-.034	-.059
	Variabel Pembelajaran	.123	-.203	.035	.031
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.052	-.022	-.060	-.063
	Variabel Produk	-.028	.074	-.006	.018
	Variabel Harga	-.012	-.012	-.096	.144
	Variabel Promosi	-.061	-.034	-.025	.038
	Variabel Distribusi	-.085	.056	.007	-.118
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	.579 <sup>a</sup>	-.380	-.076	.057
	Variabel Kelas Sosial	-.380	.556 <sup>a</sup>	-.364	.021
	Variabel Keluarga	-.076	-.364	.722 <sup>a</sup>	-.320
	Variabel Situasi	.057	.021	-.320	.625 <sup>a</sup>
	Variabel Motivasi	-.029	-.009	-.066	.035
	Variabel Pengetahuan	.198	-.232	.024	-.107
	Variabel Sikap	-.012	.011	.050	-.023

**Lampiran 11 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Setelah Reduksi**

Variabel Kepribadian	-0.005	.132	.046	.010
Variabel Gaya Hidup	-.241	.120	-.046	.021
Variabel Pengolahan Informasi	-.223	.187	-.055	-.085
Variabel Pembelajaran	.179	-.329	.053	.043
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.084	-.040	-.100	-.094
Variabel Produk	-.039	.114	-.009	.023
Variabel Harga	-.017	-.018	-.141	.189
Variabel Promosi	-.095	-.058	-.041	.055
Variabel Distribusi	-.134	.097	.012	-.174

**Anti-image Matrices**

		Variabel Motivasi	Variabel Pengetahuan	Variabel Sikap	Variabel Kepribadian
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	-.020	.112	-.007	-.003
	Variabel Kelas Sosial	-.006	-.119	.006	.083
	Variabel Keluarga	-.045	.013	.028	.030
	Variabel Situasi	.026	-.065	-.015	.007
	Variabel Motivasi	.734	-.036	-.157	-.037
	Variabel Pengetahuan	-.036	.475	-.223	.018
	Variabel Sikap	-.157	-.223	.518	-.191
	Variabel Kepribadian	-.037	.018	-.191	.705
	Variabel Gaya Hidup	-.077	-.232	.020	-.028
	Variabel Pengolahan Informasi	.054	-.023	.019	-.129
	Variabel Pembelajaran	-.044	.051	-.002	.005
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.029	.054	.005	.044

**Lampiran 11 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Setelah Reduksi**

	Variabel Produk	-.035	-.133	.054	.034
	Variabel Harga	.035	.037	-.034	-.062
	Variabel Promosi	.056	-.022	-.050	-.001
	Variabel Distribusi	-.132	-.038	.006	-.111
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	-.029	.198	-.012	-.005
	Variabel Kelas Sosial	-.009	-.232	.011	.132
	Variabel Keluarga	-.066	.024	.050	.046
	Variabel Situasi	.035	-.107	-.023	.010
	Variabel Motivasi	.783 <sup>a</sup>	-.061	-.254	-.051
	Variabel Pengetahuan	-.061	.626 <sup>a</sup>	-.450	.031
	Variabel Sikap	-.254	-.450	.697 <sup>a</sup>	-.316
	Variabel Kepribadian	-.051	.031	-.316	.708 <sup>a</sup>
	Variabel Gaya Hidup	-.109	-.408	.034	-.041
	Variabel Pengolahan Informasi	.080	-.043	.033	-.194
	Variabel Pembelajaran	-.062	.089	-.004	.006
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	.045	.104	.009	.070
	Variabel Produk	-.046	-.221	.086	.046
	Variabel Harga	.048	.062	-.055	-.086
	Variabel Promosi	.083	-.041	-.088	-.002
	Variabel Distribusi	-.199	-.071	.011	-.171

**Anti-image Matrices**

		Variabel Gaya Hidup	Variabel Pengolahan Informasi	Variabel Pembelajaran	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	-.163	-.145	.123	.052
	Variabel Kelas Sosial	.074	.110	-.203	-.022

**Lampiran 11 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Setelah Reduksi**

	Variabel Keluarga	-0.030	-0.034	.035	-0.060
	Variabel Situasi	.015	-0.059	.031	-0.063
	Variabel Motivasi	-0.077	.054	-0.044	.029
	Variabel Pengetahuan	-0.232	-0.023	.051	.054
	Variabel Sikap	.020	.019	-0.002	.005
	Variabel Kepribadian	-0.028	-0.129	.005	.044
	Variabel Gaya Hidup	.679	.020	-0.088	-0.077
	Variabel Pengolahan Informasi	.020	.626	-0.065	-0.242
	Variabel Pembelajaran	-0.088	-0.065	.688	-0.151
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-0.077	-0.242	-0.151	.572
	Variabel Produk	.018	-0.067	-0.148	-0.050
	Variabel Harga	.046	-0.048	-0.091	.059
	Variabel Promosi	.002	-0.027	.131	-0.125
	Variabel Distribusi	.105	.072	-0.076	-0.051
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	-0.241	-0.223	.179	.084
	Variabel Kelas Sosial	.120	.187	-0.329	-0.040
	Variabel Keluarga	-0.046	-0.055	.053	-0.100
	Variabel Situasi	.021	-0.085	.043	-0.094
	Variabel Motivasi	-0.109	.080	-0.062	.045
	Variabel Pengetahuan	-0.408	-0.043	.089	.104
	Variabel Sikap	.034	.033	-0.004	.009
	Variabel Kepribadian	-0.041	-0.194	.006	.070
	Variabel Gaya Hidup	.619 <sup>a</sup>	.031	-0.128	-0.123
	Variabel Pengolahan Informasi	.031	.650 <sup>a</sup>	-0.099	-0.405
	Variabel Pembelajaran	-0.128	-0.099	.573 <sup>a</sup>	-0.241

**Lampiran 11 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Setelah Reduksi**

Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-.123	-.405	-.241	.708 <sup>a</sup>
Variabel Produk	.025	-.098	-.205	-.075
Variabel Harga	.065	-.071	-.127	.090
Variabel Promosi	.003	-.044	.201	-.212
Variabel Distribusi	.165	.118	-.119	-.087

**Anti-image Matrices**

		Variabel Produk	Variabel Harga	Variabel Promosi	Variabel Distribusi
Anti-image Covariance	Variabel Budaya	-.028	-.012	-.061	-.085
	Variabel Kelas Sosial	.074	-.012	-.034	.056
	Variabel Keluarga	-.006	-.096	-.025	.007
	Variabel Situasi	.018	.144	.038	-.118
	Variabel Motivasi	-.035	.035	.056	-.132
	Variabel Pengetahuan	-.133	.037	-.022	-.038
	Variabel Sikap	.054	-.034	-.050	.006
	Variabel Kepribadian	.034	-.062	-.001	-.111
	Variabel Gaya Hidup	.018	.046	.002	.105
	Variabel Pengolahan Informasi	-.067	-.048	-.027	.072
	Variabel Pembelajaran	-.148	-.091	.131	-.076
	Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-.050	.059	-.125	-.051
	Variabel Produk	.762	-.020	-.154	.030
	Variabel Harga	-.020	.744	-.091	-.176
	Variabel Promosi	-.154	-.091	.614	-.196
Variabel Distribusi	.030	-.176	-.196	.598	
Anti-image Correlation	Variabel Budaya	-.039	-.017	-.095	-.134
	Variabel Kelas Sosial	.114	-.018	-.058	.097

**Lampiran 11 : Data Analisis Faktor – Uji Anti-Image Matrices Setelah Reduksi**

Variabel Keluarga	-.009	-.141	-.041	.012
Variabel Situasi	.023	.189	.055	-.174
Variabel Motivasi	-.046	.048	.083	-.199
Variabel Pengetahuan	-.221	.062	-.041	-.071
Variabel Sikap	.086	-.055	-.088	.011
Variabel Kepribadian	.046	-.086	-.002	-.171
Variabel Gaya Hidup	.025	.065	.003	.165
Variabel Pengolahan Informasi	-.098	-.071	-.044	.118
Variabel Pembelajaran	-.205	-.127	.201	-.119
Variabel Perubahan Sikap & Perilaku	-.075	.090	-.212	-.087
Variabel Produk	.726 <sup>a</sup>	-.027	-.225	.045
Variabel Harga	-.027	.698 <sup>a</sup>	-.135	-.264
Variabel Promosi	-.225	-.135	.742 <sup>a</sup>	-.324
Variabel Distribusi	.045	-.264	-.324	.683 <sup>a</sup>

## Lampiran 12 : Rekap Hasil Pengambilan Data Responden

Responden yang dipilih secara acak atau random untuk diminta untuk mengisi kuesioner datanya adalah sebagai berikut:

**Tabel Rekap Pengambilan Data Dengan Kuisisioner**

R	UP	DA	PT	P	JA	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	V2.6	V3.1	V3.2	V3.3	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4
1	1	1	2	4	1	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	2	4	4	4	2
1	2	1	2	2	2	4	2	2	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	4	2	2	4
1	1	1	2	2	1	2	3	3	4	5	4	5	4	4	4	2	3	3	2	3	3	4
2	3	2	2	3	1	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
2	3	2	2	3	1	3	4	4	5	4	4	4	2	4	5	3	4	4	3	4	4	5
1	4	2	2	2	1	4	5	4	4	4	2	2	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4
2	2	1	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2
1	4	1	3	1	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3
1	4	2	3	1	3	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	3	2
1	4	2	3	2	1	4	4	2	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4
2	3	2	1	3	3	4	4	4	5	3	3	2	2	3	5	5	5	4	3	3	4	4
2	4	2	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4
1	3	1	2	3	3	4	5	4	3	4	5	3	2	5	5	4	5	4	4	4	2	2
2	4	1	3	2	2	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	2	3	3
1	4	2	3	2	2	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4
1	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
1	1	1	2	2	2	4	5	4	5	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	3	3	2
1	1	2	2	2	2	5	4	5	5	4	2	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
1	3	2	2	3	2	5	4	5	4	2	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2	2
1	4	2	2	3	2	2	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	2	3	3
2	4	2	3	1	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
2	4	2	3	1	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4
1	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4

**Lampiran 12 : Rekap Hasil Pengambilan Data Responden**

R	UP	DA	PT	P	JA	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	V2.6	V3.1	V3.2	V3.3	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4
2	3	1	2	3	2	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4
2	4	2	2	3	2	4	5	4	5	4	5	3	2	4	4	5	4	5	5	4	2	2
1	4	1	2	2	4	3	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	2	3	3
2	4	2	2	2	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
2	3	2	2	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
1	3	1	2	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
1	3	1	2	3	4	3	4	5	5	4	4	4	2	5	4	5	5	5	5	3	3	2
1	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
1	4	2	2	2	4	4	4	5	5	2	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3
2	4	2	3	2	2	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
1	4	1	3	3	2	4	5	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	2	4	5
2	3	2	2	3	1	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
1	2	2	2	3	2	4	4	5	4	3	3	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5
1	3	2	1	3	2	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4
1	3	2	2	3	2	4	4	4	2	4	5	3	2	5	5	4	5	4	5	4	4	5
2	4	1	1	3	2	4	2	2	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
1	3	2	2	2	1	2	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	2	2
2	4	1	2	3	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3
1	4	1	2	2	2	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
1	4	1	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4
1	4	1	2	2	2	3	3	2	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
2	3	2	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	2
1	4	2	3	3	2	4	5	3	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
2	4	2	2	3	2	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	3
1	4	2	3	3	2	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	4
1	4	2	3	1	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
1	4	2	2	1	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
1	4	2	2	1	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
1	4	2	2	3	2	4	2	2	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5

**Lampiran 12 : Rekap Hasil Pengambilan Data Responden**

R	UP	DA	PT	P	JA	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	V2.6	V3.1	V3.2	V3.3	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4
2	4	2	2	3	2	2	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5
1	4	2	2	2	2	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5
1	3	1	2	3	2	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
1	4	2	2	3	2	3	3	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
1	4	2	2	2	1	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
2	4	2	2	3	2	4	5	3	2	5	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5
2	2	1	2	2	2	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
1	3	2	3	1	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	3	5	4	5	4
1	4	2	2	1	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
1	4	1	2	1	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
2	3	1	2	1	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	2	2	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
2	3	2	2	2	2	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
1	4	2	3	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	3	5	5
1	4	2	2	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	5
2	4	1	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
1	3	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
2	3	2	3	2	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
1	3	2	2	2	2	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4
1	2	2	2	2	2	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
1	4	2	2	2	2	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
1	3	2	2	2	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
1	4	2	2	2	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5
2	4	2	2	3	3	4	2	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
1	4	2	2	2	2	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4
1	4	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
1	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
2	3	2	2	1	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5

## Lampiran 12 : Rekap Hasil Pengambilan Data Responden

R	UP	DA	PT	P	JA	V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2.5	V2.6	V3.1	V3.2	V3.3	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4
2	4	2	2	1	4	5	4	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4
1	4	1	2	1	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	5
1	3	1	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4
1	4	2	2	2	2	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5
2	4	2	3	3	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
1	1	2	2	2	2	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4
2	2	2	1	4	2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
1	3	2	2	2	2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
1	3	2	3	1	1	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	3	3	5
2	4	2	3	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5
2	3	1	4	2	1	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
2	2	1	2	1	2	4	4	3	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5
1	2	1	2	2	2	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4
1	2	2	2	2	1	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
2	4	2	2	1	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	3	4	3	4
1	1	1	2	4	1	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
2	2	1	2	2	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5
1	1	1	2	2	1	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5

Sumber : Hasil Olah Data 2020

Keterangan:

R = Responden, UP = Usia Responden, DA = Daerah Asal, PT = Pendidikan Terakhir, P = Pekerjaan, JA = Jumlah Anggota yang Menginap (1 = Laki-laki, 2 = Perempuan), 1 = Sangat tidak setuju, 2 = Tidak setuju, 3 = Ragu-ragu, 4 = Setuju, 5 = Sangat Tetuju, TB = Tingkat Bioklimatik

## Lampiran 13 : Rekap Wawancara

No. Wawancara : 01

Tanggal : 01-04-2020

---

### Wawancara dengan HRD Novotel Suite Ibu F

T: Selamat sore bu, terimakasih atas waktunya. Apakah bisa saya wawancara sekarang bu?

F: Silahkan mas

T: Untuk penetapan harga dari tipe kamar apakah dipengaruhi oleh pemandangan yang didapatkan?

F: Memang untuk penetapan harga dipengaruhi oleh pemandangan atau *view* yang didapatkan dari setiap kamar. Kita Novotel memiliki 3 tipe kamar utama yaitu:

1. *Garden View* yang harga kamarnya paling rendah
2. *Pool View* yang harganya berada tengah-tengah
3. *Pool Teras* yang harganya paling tinggi

Dari setiap tipe kamar tersebut memang mengandalkan *view* yang didapatkan setiap kamarnya. Secara *revenue* kita disistem ada yang namanya PP (press point) tingkat 1-10 untuk harga setiap kamar. Jadi setiap kamar memiliki 10 tipe harga yang dimana *range* 1 merupakan harga yang paling mahal dan 10 untuk harga yang paling murah.

T: Apa yang menjadi acuan penentuan harga kamar di Novotel Suite?

F: Penentuan harga kamar di Novotel Suite mengacu pada 4 faktor utama yaitu:

1. *Customer Production*

*Customer Production* merupakan faktor yang memperhatikan daya beli customer dan kesediaan *production* untuk menampung. Hal yang sangat merepotkan jika daya beli customer tinggi tapi kesediaan *product* tidak ada.

2. *Occupancy Rate*

*Occupancy Rate* yang dimana tingkat hunian yang mempengaruhi harga, dalam sebuah Hotel harga bisa berubah setiap saat. Harga bisa saja berubah dalam hitungan hari dan hitungan jam.

3. *Compotitor*

### Lampiran 13 : Rekap Wawancara

*Compotiator*, kita harus melihat kompotior/*city occupancy*. Kita tidak boleh memasang harga dibawah hotel-hotel lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk menstabilkan harga pasar dan agar bisa bersaing dengan hotel lainnya.

#### 4. *Force Majeure*

*Force majeure* atau keadaan tidak terduga merupakan faktor yang sangat sulit untuk diprediksi. Misalkan terjadi bencana banjir di suatu lokasi, costomer pasti lebih memilih untuk menjauhi lokasi tersebut. Melihat hal tersebut pihak hotel harus *responsive* untuk menurunkan harga dibawa PP agar kamar tetap terisi dari pada tidak terisi sama sekali.

T: Apakah harga kamar pada bulan-bulan tertentu memiliki harga khusus misal, libur nasional dan akhir pekan?

F: Memang ada harga khusus pada hari *weekend* atau libur nasional karena kita menggunakan *leasure hotel*. Harga kamar pada saat *weekend* memang berbeda dari hari biasanya yang lebih mahal. Sama halnya untuk hari libur nasional ataupun hari kejeput.

T: Untuk harga kamar apakah ada faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi?

F: untuk faktor lainnya sama seperti yang saya sampaikan sebelumnya, yaitu keadaan tidak terduga seperti bencana alam dan bencana nasional lainnya yang tidak bisa diprediksi dengan akurat.

T: Apakah awalnya Novotel merupakan Hotel Bisnis?

F: Dulunya tidak, ruang-ruang *meeting* yang sekarang dulunya adalan *pant house*. Karena persaingan dan permintaan pasar maka dari itu Novotel Suite melakukan pembaharuan dan menyediakn ruang *meeting*. sampai saat ini Novotel mayoritas tamu hotelnya adalah perusahaan/ orang yang memiliki urusan pekerjaan dan membutuhkan ruang untuk rapat ataupun seminar.

## Lampiran 13 : Rekap Wawancara

No. Wawancara : 02

Tanggal : 05-04-2020

---

---

### Wawancara dengan HRD Novotel Samator Bapak C

T: Selamat sore pak, terimakasih atas waktunya. Apakah bisa saya wawancara sekarang?

C: baik bisa, silahkan mas

T: Untuk penetapan harga dari tipe kamar apakah dipengaruhi oleh pemandangan yang didapatkan?

C: Mungkin *view* disini adalah posisi kamar berada untuk dapat melihat lingkungan sekitar. Tapi untuk *view* seperti taman atau kebun kita tidak memiliki tipe kamar yang khusus viewnya langsung mengarah ke taman ataupun terdapat akses langsung. Karena kita memang mengacu pada desain yang sudah di putuskan oleh perusahaan pusat yang ingin menjadi *smart hotel* yang mengutamakan modernisasi dan teknologi.

T: Apa yang menjadi acuan penentuan harga kamar di Novotel Samator?

C: Penentuan harga kamar di Novotel Samator dipengaruhi oleh fasilitas dan kenyamanan yang di dapatkan oleh tamu hotel. Hal tersebut bisa ditentukan dari harga pasaran yang memiliki klasifikasi yang sama dengan Hotel kita, bisa dilihat/ditentukan juga dari *Occupancy rate* pada saat itu. Yang utama yang sangat menentukan adalah fasilitas atau product yang kita miliki dan sesuai yang diterima oleh pihak tamu agar harga dan fasilitas yang didapatkan sepadan.

T: Apakah harga kamar pada bulan-bulan tertentu memiliki harga khusus misal, libur nasional dan akhir pekan?

C: Pada saat hari sabtu dan minggu, memang memiliki harga khusus atau lebih tinggi dari hari biasanya karena banyak para keluarga yang ingin menginap. Baik itu juga saat libur nasional dan hari kejeput di manfaatkan para tamu untuk menambah masa menginap mereka. Maka banyak tamu yang menginap dengan waktu yang cukup lama. Hal itu menyebabkan harga pada saat itu berdeba dengan hari biasanya

T: Untuk harga kamar apakah ada faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi?

### **Lampiran 13 : Rekap Wawancara**

C: untuk faktor lainnya mungkin seperti hal-hal yang tidak terduga seperti bencana alam atau keadaan darurat lainnya. Karena lokasi yang terkena dampak bencana mislakan banjir atau lainnya. Para calon tamu pasti menghindari lokasi tersebut dan mencari lokasi lain untuk menginap. Pada saat-saat seperti itu, kita pihak hotel haru mengambil sikap untuk menurunkan harga standar kita agar tetap bisa mendapatkan tamu untuk mengisi kamar kita.

## BIOGRAFI PENULIS



Tri Wahyu Diana, S.T. lahir di Denpasar tanggal 11 Desember 1995. Merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal di SDN 7 Batubulan, SMP SLUB Saraswati 1 Denpasar, SMAN 8 Denpasar, dan di Universitas Brawijaya Malang Jurusan Arsitektur. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Program Pascasarjana bidang Real Estate Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil Perencanaan dan Kebumihan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya pada tahun 2018. Penulis telah menyelesaikan pendidikan S2 pada tahun 2020 dengan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Arsitektur Bioklimatik Terhadap Preferensi Konsumen Hotel Bintang 4”**. Penulisan tesis tersebut diharapkan dapat berguna untuk pemahaman tentang konsep Desain yang dapat menyatu dengan alam dan lingkungan sekitarnya. Konsep tersebut dapat dijadikan nilai lebih/produk unggulan dari Hotel untuk dapat mempengaruhi preferensi konsumen menginap di Hotel. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan memerlukan pengembangan lebih lanjut dan dapat dilakukan dengan penelitian-penelitian selanjutnya agar bisa bermanfaat. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati akan menerima saran, masukan, diskusi atau kritikan terkait tesis ini melalui email: [triwahyu6363@gmail.com](mailto:triwahyu6363@gmail.com).

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*