



DESAIN INTERIOR LOBI HOTEL SEBAGAI PHYSICAL SERVICESCAPE DALAM PEMBENTUKAN PLACE ATTACHMENT DAN REVISIT INTENTION

Jasmine Putri Syahviarani¹, Mahendra Wardhana²

^{1,2,3}Departemen Desain Interior, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
E-mail: syahviarjasmine@gmail.com

Informasi Naskah:

Diterima:

1 Februari 2026

Direvisi:

16 Februari 2026

Disetujui terbit:

25 Februari 2026

Diterbitkan:

Cetak:

29 Maret 2026

Online

29 Maret 2026

Abstract: Hotel lobbies function as transitional spaces that play a crucial role in shaping initial impressions and spatial experiences through their interior design. In the context of hotel architecture and interior design, the lobby is one of the hotel's physical servicescape areas that can influence comfort, spatial perception, and emotional attachment to a place. The purpose of this study is to examine the role of hotel lobby interior design in the formation of place attachment and its relationship with revisit intention. The study was conducted using qualitative methods through a narrative literature review of various scientific sources relevant to the research topic. Thematic synthesis analysis aims to identify interior design elements that contribute to forming users' emotional connections with the hotel lobby. The results of the study indicate that the lobby interior design as a physical servicescape of the hotel can strengthen place attachment and has the potential to encourage revisit intention. This finding confirms that interior design not only functions as an aesthetic element, but also as a medium for forming spatial experiences that influence the emotional attachment of users in the context of hotel architecture and interiors.

Keyword: Hotel Lobby Interior, Place Attachment, Revisit Intention

Abstrak: Lobi hotel merupakan ruang transisi yang berperan penting dalam membentuk kesan awal dan pengalaman spasial melalui desain interiornya. Dalam konteks arsitektur dan interior perhotelan, lobi menjadi salah satu area *physical servicescape* hotel yang dapat mempengaruhi kenyamanan, persepsi ruang, dan keterikatan emosional pengunjung terhadap hotel secara keseluruhan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji peran desain interior lobi hotel terhadap pembentukan *place attachment* serta kaitannya dengan *revisit intention*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif melalui kajian literatur naratif terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Analisis sintesis tematik bertujuan untuk mengidentifikasi elemen desain interior yang berkontribusi dalam membentuk hubungan emosional pengguna dengan lobi hotel. Hasil kajian menunjukkan bahwa desain interior lobi sebagai *physical servicescape* hotel mampu memperkuat *place attachment* dan berpotensi mendorong *revisit intention*. Temuan ini menegaskan bahwa desain interior tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai medium pembentuk pengalaman spasial yang mempengaruhi keterikatan emosional pengguna dalam konteks arsitektur dan interior perhotelan.

Kata Kunci: Interior Lobi Hotel, *Place Attachment*, *Revisit Intention*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan industri perhotelan yang semakin pesat, kini hotel tidak lagi dipandang sebagai sekedar akomodasi sementara, melainkan sebagai lingkungan yang secara signifikan membentuk persepsi, emosi, dan respons perilaku pengunjung secara mendalam (Amer & Rakha, 2022; Kim et al., 2020). Dalam konteks *hospitality*, pengalaman berbasis ruang kini menjadi fokus utama, di mana desain ruang/spasial berperan penting dalam membangun kesan dan emosi pengunjung. Sebagai titik awal interaksi tamu dengan lingkungan hotel, kualitas desain interior pada ruang lobi memainkan peran penting dalam membentuk persepsi awal sekaligus membangun pengalaman spasial yang berkelanjutan. Sebagai

tempat yang dipersepsikan seperti "rumah kedua" bagi tamu atau pengunjung, lingkungan hotel mengandalkan kualitas elemen fisik yang dapat diterima secara langsung, sehingga desain interior menjadi sarana utama dalam menyampaikan identitas, rasa nyaman, serta nilai yang ingin dihadirkan kepada pengunjung hotel (Nadesan & Mohd Ariffin, 2023; Peng et al., 2023; Vogelegang, 2023). Penelitian terkini menegaskan bahwa kualitas lingkungan fisik melalui elemen desain interior terbukti berkontribusi menciptakan respons afektif serta mempengaruhi perilaku pengguna (*behavior*). Konsep *servicescape* merupakan landasan teoritis untuk memahami bagaimana lingkungan fisik suatu layanan dapat mempengaruhi respons afektif dan perilaku konsumen (Li, 2021; Väisänen et al., 2023).

Dalam industri perhotelan, *physical servicescape*, mencakup kondisi ambien, tata letak furnitur, fungsionalitas, dekorasi, serta simbol secara bersama-sama terbukti secara signifikan membentuk kondisi emosional, kepuasan (*satisfaction*), dan intensi perilaku konsumen (*behavioral intentions*) terhadap suatu ruang (Balroo, 2023; Li, 2021; Väisänen et al., 2023). Elemen desain interior hotel seperti pencahayaan, pemilihan warna atau material, penataan furnitur tidak hanya sekedar untuk memenuhi nilai estetis saja, melainkan secara psikologis juga dapat memicu persepsi pengalaman dan intensi perilaku pengguna (Kim et al., 2020). Hasil temuan beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas desain *servicescape* yang baik mampu menciptakan pengalaman positif melalui peningkatan kepuasan, persepsi nilai, dan citra merek (Li, 2021; Nadesan & Mohd Ariffin, 2023).

Place Attachment dipahami sebagai respons psikologis yang mencerminkan keterhubungan emosional, kognitif, dan fungsional antara individu dengan suatu tempat. Keterikatan tersebut dihasilkan melalui interaksi yang berulang serta pengalaman spasial yang bermakna bagi individu atau kelompok, sehingga menumbuhkan perasaan kenyamanan, rasa aman, keterikatan, serta seringkali mempengaruhi pembentukan identitas diri. Proses ini melibatkan aspek fungsional sekaligus aspek makna, kenangan personal, dan nilai-nilai yang melekat pada individu terhadap suatu lingkungan (Peng et al., 2023). Perspektif psikologi lingkungan menegaskan bahwa elemen fisik seperti dekorasi, komposisi warna, proporsi ruang, dan kualitas sensori memiliki peran penting dalam membangun keterikatan ini (Nadesan & Mohd Ariffin, 2023). Saat pengunjung merasakan rasa memiliki (*sense of belonging*) dan keterikatan emosional yang kuat terhadap lingkungan hotel, maka mereka akan cenderung menunjukkan loyalitas, evaluasi positif, serta niat kembali berkunjung (*revisit intention*) (Amer & Rakha, 2022; González-Reverté et al., 2025). Dengan demikian, *place attachment* dapat dipahami sebagai mediator yang menghubungkan *physical servicescape* dengan perilaku pelanggan yang diharapkan seperti *revisit intention*, sekaligus menegaskan peran strategis desain interior dalam menciptakan pengalaman *hospitality* yang bermakna.

Meskipun penelitian mengenai *servicescape* dan perilaku pelanggan telah banyak dibahas, peran lobi hotel sebagai wadah pembentuk keterikatan emosional terhadap tempat (*place attachment*) masih belum banyak dieksplorasi, terutama melalui pendekatan kualitatif berdasarkan *narrative literature review*. Kajian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana lobi hotel, sebagai wadah *physical servicescape* berkontribusi dalam penciptaan ikatan emosional yang kuat dan pengaruhnya terhadap *revisit intention*. Melalui pendekatan *narrative literature review* dan analisis *thematic synthesis*, studi ini bertujuan untuk mengkaji elemen-elemen desain interior yang secara

signifikan mampu menghubungkan pengguna dengan lingkungan spasialnya. Dengan mengkaji mekanisme bagaimana desain interior dapat mempengaruhi keterlibatan emosional, studi ini menegaskan desain interior menjadi medium strategis dalam penciptaan pengalaman ruang yang bermakna serta meningkatkan loyalitas jangka panjang dalam konteks *hospitality* (Han et al., 2021; Kim et al., 2020).

TINJUAN PUSTAKA

Desain Interior

Desain interior merupakan bidang ilmu yang berfokus pada perancangan, pengorganisasian, serta penciptaan ruang dalam suatu bangunan yang menawarkan pengalaman yang bermakna, serta nyaman dan fungsional bagi penggunanya. Selain estetika, desain interior dalam konteks arsitektur dan *hospitality* mencakup strategi ruang yang dapat membangun persepsi, emosi, dan perilaku pengguna secara keseluruhan (Vogelezang, 2023). Desain interior adalah suatu proses kreatif yang mempertimbangkan kebutuhan psikologis pengguna, kenyamanan, fungsi, dan estetika. Beberapa tujuan utama desain interior yaitu mendesain ruang yang:

1. Fungsional, dapat memenuhi kebutuhan atau tujuan penggunaan ruang secara efisien dan ergonomis sehari-hari.
2. Estetis, dapat memberikan pengalaman ruang secara visual yang harmonis dan menyenangkan.
3. Psikologis, dapat memenuhi kepuasan suasana hati dan hubungan emosional antara individu dengan ruang (Yu et al., 2018).

Desain interior memiliki elemen-elemen pembentuk yang berfungsi sebagai penyusun pengalaman ruang. Elemen-elemen ini secara bersamaan menciptakan kenyamanan, makna, dan identitas suatu ruang, di antaranya adalah:

1. Ruang, sebagai struktur dasar yang memberikan batasan dan panduan pergerakan pengguna
2. Warna, dapat mempengaruhi *ambiance*, persepsi ukuran ruang dan respons emosional, serta kenyamanan visual.
3. Pencahayaan, perencanaan kualitas dan intensitas cahaya dapat mempengaruhi fungsi dan *ambiance* ruang.
4. Material & Tekstur, pemilihan material dan tekstur dapat menciptakan pengalaman visual dan sensori yang berbeda.
5. Furnitur & Layout, elemen yang menentukan zonasi dan fungsi ruang, serta membentuk interaksi dan keterhubungan antar area dalam ruang (Hermita & Fahrezi, 2025; Permatasari & Nugraha, 2020)

Peran Desain Interior dalam Hospitality

Menurut penelitian terdahulu mengenai studi hotel dan interiornya, elemen interior hotel, termasuk pada area lobi, memiliki dampak yang signifikan dalam membangun kesan dan perilaku pengunjung. Rasa senang dan keputusan pengunjung untuk melakukan reservasi atau kembali berkunjung ke hotel dapat

dipengaruhi oleh perancangan desain interior yang baik (Nanu et al., 2020).

Desain interior lobi memainkan peran penting dalam menciptakan kesan atau “wajah” pertama sebuah hotel, sehingga perencanaan desain interior menjadi salah satu strategi yang krusial dalam membangun citra hotel. Desain yang berhasil adalah desain yang mampu menciptakan suasana yang menyambut, orientasi yang jelas, serta kenyamanan secara visual dan fisik, yang berkontribusi dalam membangun pengalaman tamu secara holistik (Nanu et al., 2020). Studi lain menegaskan bahwa desain interior hotel berkontribusi pada strategi spasial atau *hotelscape*, yang dapat menciptakan pengalaman spasial yang khas dan dapat meningkatkan reputasi hotel di kalangan pengunjung (Balroo, 2023; Li, 2021; Nadesan & Mohd Ariffin, 2023). Desain interior dengan tampilan estetika yang menarik menjadi salah satu faktor penting dalam membangun ikatan emosional antara pengunjung dengan lingkungan hotel (Permatasari & Nugraha, 2020).

Physical Servicescape

Konsep *physical servicescape* pertama kali dikenalkan oleh Bitner (1992), yaitu lingkungan fisik yang memberikan layanan terhadap pelanggannya. *Physical servicescape* dalam konteks perhotelan merupakan elemen yang dirancang oleh pihak hotel untuk memudahkan pelayanan yang diberikan untuk para pelanggan. Kualitas *physical servicescape* hotel perlu dirancang dengan baik, karena menjadi salah satu peran krusial dalam membangun citra hotel di mata pelanggan. Berikut adalah empat dimensi pembentuk *physical servicescape* yang dapat menciptakan pengalaman layanan yang maksimal bagi pelanggan (Abdel-Aal & Abbas, 2016):

1. *Ambient condition*, meliputi kondisi lingkungan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap ruang seperti suhu atau penghawaan, pencahayaan, kebersihan, musik, aroma, dan warna.
2. *Spatial layout/functionality*, perencanaan tata ruang yang efektif dapat membantu aktivitas pengguna serta aksesibilitas yang lancar bagi tamu ke berbagai fasilitas dan layanan.
3. *Facility aesthetics*, merupakan elemen yang memanfaatkan prinsip-prinsip arsitektur, desain interior, dan tata dekorasi untuk menciptakan daya tarik visual dan suasana tertentu.
4. *Signs, symbols, artifacts*, elemen yang berperan sebagai isyarat eksplisit (penanda arah) dan implisit (melalui furnitur atau dekorasi), yang secara strategis membentuk citra merek, aturan perilaku, serta instruksi yang mudah dipahami pengguna.

Perencanaan desain interior sebagai salah satu dimensi pembentuk *physical servicescape* hotel berperan penting dalam membentuk persepsi pengunjung dan kualitas pengalaman spasial yang secara strategis melengkapi layanan yang ditawarkan. Kualitas *physical servicescape* perlu dipertimbangkan dan direncanakan secara optimal agar mencerminkan karakter dan *positioning*

layanan hotel, sehingga mampu memperkuat identitas visual, meningkatkan kenyamanan tamu, serta menghadirkan pengalaman yang berkesan.

Place Attachment

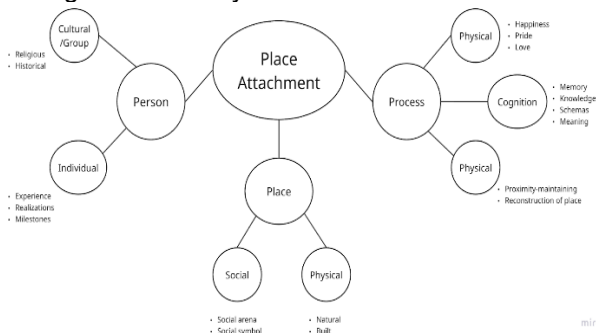
Place attachment atau keterikatan emosional terhadap tempat merupakan ikatan emosional dan afektif antara individu dengan suatu tempat, yang terbentuk melalui pengalaman dan interaksi yang terjadi hingga mempengaruhi keputusan dalam berperilaku (Isa et al., 2019). Konsep psikologis ini berkembang melalui teori psikologi lingkungan dan sering dikaitkan dalam penelitian mengenai *hospitality*, pariwisata, serta bentuk perilaku konsumen, dengan tujuan untuk memahami hubungan batin individu terhadap suatu tempat (Bui & Quyen, 2025).

Place attachment menjadi salah satu elemen penting dalam membangun loyalitas pengunjung dalam konteks pariwisata. Menurut Dang dan Weiss (2021) dalam (Putri & Yudhistira, 2025), ikatan emosional yang kuat terhadap suatu tempat memiliki peran krusial dalam membentuk niat individu untuk berkunjung kembali (*revisit intention*). Kemudian Dwyer et. al (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa bentuk ikatan emosional pengunjung terhadap tempat destinasi cenderung terbentuk melalui pengalaman spasial dan sensorik yang mendalam dan telah berlangsung lama.

Berdasarkan kajian menurut Wahyudie et al. (2021), konsep *place attachment* terbentuk melalui empat dimensi utama, yang meliputi *place identity*, *place dependence*, *place affect*, dan *place social bonding*. *Place identity* dipahami sebagai konsep di mana seseorang menjadikan suatu tempat sebagai bagian dari jati dirinya. *Place dependence* adalah sebuah konsep keterikatan terhadap tempat yang dipengaruhi oleh kemampuan tempat tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan tujuan individu. Kemudian *place affect* dipahami sebagai dimensi yang merujuk pada keterikatan terhadap tempat yang memberikan makna emosional terhadap tempat tersebut. *Social bonding* merupakan dimensi yang menekankan bahwa interaksi sosial dapat membangun keterikatan individu terhadap suatu tempat (Isa et al., 2019; Putri & Yudhistira, 2025).

Konsep *place attachment* dipahami sebagai hasil ikatan emosional antara individu dengan suatu tempat melalui pengalaman, interaksi, serta pemaknaan secara personal maupun kolektif. Altman dan Low (1992) dalam (Wahyudie et al., 2021) menegaskan bahwa keterikatan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh respons emosional individu saja, tetapi juga dipengaruhi oleh dimensi kognitif, perilaku, serta konteks sosial-budaya. Teori konseptual tersebut kemudian dikembangkan oleh Scannell dan Gifford (2010) melalui *tripartite organizing framework* (Gambar 1) yang menjelaskan bahwa *place attachment* merupakan konsep multidimensi yang terdiri dari *person* (siapa yang terikat), *psychological process* (bagaimana keterikatan emosional terbentuk melalui aspek afektif, kognitif, dan perilaku), dan *place* (karakteristik fisik dan sosial suatu tempat).

Framework tersebut menunjukkan bahwa keterikatan terhadap tempat merupakan bentuk relasi antara individu dengan ruang fisik yang juga melibatkan pengalaman sosial individu yang terbangun di dalamnya.



Gambar 1. *The Tripartite Model of Place Attachment* (Sumber: *Journal of Environmental Psychology*, 2010)

Secara keseluruhan, konsep *place attachment* dapat disimpulkan sebagai multidimensional yang menjelaskan bagaimana keterikatan emosional individu terhadap suatu tempat dapat terbentuk melalui aspek identitas, fungsi, kognitif, dan afektif. Empat dimensi utama pembentuk *place attachment*, yaitu, *place identity*, *place dependence*, *place affect*, dan *place social bonding* menunjukkan bahwa keterikatan terhadap suatu tempat dapat terbentuk melalui keadaan fisik tempat, makna dan pengalaman individu selama berada di tempat tersebut. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman *place attachment* menjadi pemahaman dasar untuk menjelaskan bagaimana kualitas *physical servicescape* lobi hotel dapat membentuk keterikatan emosional pengunjung yang nantinya akan mendorong keinginan untuk kembali berkunjung (*revisit intention*).

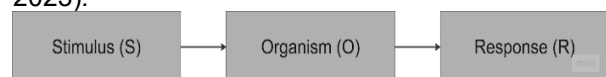
Revisit Intention

Revisit intention atau niat berkunjung kembali menurut Helier (2003) dalam buku (Karakan & Birdir, 2023, hlm. 344), dipahami sebagai kecenderungan perilaku seseorang untuk melakukan pembelian dari perusahaan yang sama berdasarkan dengan pengalaman sebelumnya. Secara konsep, *revisit intention* merupakan bagian bentuk dari perilaku pasca-konsumsi dalam industri pariwisata dan *hospitality*, yang mencerminkan kepuasan atau evaluasi terhadap pengalaman yang telah dirasakan (Vien et al., 2020). Secara sederhana, *revisit intention* merujuk pada keputusan wisatawan untuk kembali ke destinasi yang sama dengan kondisi dimana tempat tersebut dianggap mampu memenuhi kebutuhannya serta memberikan pengalaman yang memuaskan (Nikiki & Sari, 2020). Dalam konteks ini, pengalaman positif selama berkunjung atau menginap dapat mendorong keinginan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain sebagai bentuk loyalitas. Seiring dengan perkembangan kajian *hospitality*, *revisit intention* dianggap menjadi sebagai salah satu indikator krusial dalam menilai keberhasilan suatu destinasi atau layanan (Nugraha et al., 2022). Niat berkunjung kembali umumnya bersumber pada

kepuasan dan persepsi positif pengunjung setelah suatu pengalaman, yang didorong oleh pengalaman yang berkesan dan bermakna akan keunikan dan daya tarik destinasi terhadap pengunjung (Wahim, 2024). Kepuasan ini terjadi ketika kualitas destinasi tempat serta layanan yang dirasakan mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pengunjung, yang sebagaimana ditekankan oleh Rust (1996) dalam (Nugraha et al., 2022). Wahim dalam penelitiannya (2024), menjelaskan bahwa *revisit intention* terbentuk oleh empat dimensi utama, yaitu kenyamanan bepergian, loyalitas terhadap destinasi, perencanaan perjalanan ulang, dan keinginan untuk merekomendasikan tempat kepada wisatawan lain. Dengan demikian, *revisit intention* merupakan bentuk perilaku hasil dari pengalaman atau kepuasan yang berdasar fungsional, emosional, dan perseptual terhadap destinasi, termasuk bagaimana kualitas lingkungan dan desain ruang dirasakan oleh pengguna dalam konteks *hospitality*.

Model Stimulus-Organism-Response (SOR)

Dalam memahami interaksi manusia dengan lingkungan atau suatu ruang, salah satu kerangka teoritis yang umum digunakan adalah model *Stimulus-Organism-Response* (SOR) yang diperkenalkan oleh Mehrabian dan Russell (1974). Model SOR menjadi dasar konseptual yang menjelaskan bagaimana elemen-elemen eksternal suatu lingkungan dapat mempengaruhi keadaan emosional individu, yang kemudian menghasilkan respons perilaku tertentu (Koay & Tey, 2025). Konsep utama dari model ini adalah bahwa perilaku individu merupakan hasil dari proses berurutan yang melibatkan tiga komponen, yaitu *Stimulus* (S), *Organism* (O), dan *Response* (R) (Asyraff et al., 2023).



Gambar 2. Pengembangan Model SOR (Sumber: *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 2023)

Dalam konteks *hospitality*, model SOR digunakan untuk menjelaskan bagaimana elemen-elemen lingkungan sebagai *stimulus*, seperti suasana hotel, pencahayaan, musik, aroma, maupun desain interior yang dapat mempengaruhi kondisi psikologis konsumen atau pengunjung (*organism*), yang kemudian menghasilkan respons berupa sikap, emosi, atau tindakan seperti niat berkunjung kembali (*revisit intention*) (Kexin & Teo, 2023). Kemudian Bitner (1992) dalam penelitiannya secara khusus menekankan peran *servicescape* sebagai konteks penting yang dapat membentuk pengalaman emosional, afektif, maupun perilaku pengunjung yang saling berinteraksi dan mempengaruhi perilaku pengunjung. Dalam konteks penelitian ini, model SOR digunakan untuk menjelaskan bagaimana *physical servicescape* lobi hotel sebagai *stimulus* mampu membentuk *place attachment* sebagai proses internal, yang pada akhirnya mendorong munculnya kecenderungan *revisit intention*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode naratif deskriptif untuk memahami evaluasi literatur secara mendalam mengenai peran desain interior lobi sebagai *physical servicescape* dalam pembentukan *place attachment* serta keterkaitannya dengan *revisit intention*. Penelitian ini bertujuan sebagai kajian literatur yang menelaah konsep, teori, dan temuan penelitian ilmiah terdahulu guna membangun pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang dikaji. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, fenomena, serta konteks secara lebih mendalam dibandingkan pendekatan kuantitatif yang hanya berfokus pada hasil pengukuran numerik saja.

Menurut Creswell (2014) dalam (Pettalongi et al., 2025), pendekatan kualitatif didefinisikan sebagai proses penelitian yang bertujuan untuk memahami sebuah fenomena berdasarkan sudut pandang individu serta konteks alamiah di mana fenomena tersebut berlangsung. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang menginterpretasikan data dan menyusun pemahaman secara mendalam sesuai dengan konteks yang diteliti. Melalui pendekatan ini, pemahaman terhadap makna suatu fenomena dapat dikembangkan secara lebih mendalam sesuai dengan konteks, terutama dalam penelitian desain interior yang berkaitan dengan pengalaman spasial dan persepsi individu terhadap ruang (Werdingisih & Hamid B, 2022).

Pengumpulan data akan dilakukan melalui *narrative literature review*, yaitu metode kajian literatur yang menekankan pada sintesis konseptual dari berbagai temuan penelitian terdahulu tanpa prosedur kuantifikasi yang ketat seperti pada *systematic literature review* (SLR). Pendekatan *narrative literature review* dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi topik penelitian, keterbaruan tahun publikasi (dengan rentang waktu 5-10 tahun ke belakang), serta keterkaitan dengan lobi hotel, desain interior hotel, *physical servicescape*, *place attachment*, pengalaman pengguna, dan perilaku pengunjung *revisit intention* dalam konteks *hospitality*. Sumber data kajian literatur diperoleh dari buku referensi dan artikel jurnal penelitian yang diakses melalui website *Google Scholar* dan *Science Direct*, serta *online resources* (sumber daring) yang relevan dan kredibel dengan topik penelitian.

Hasil data literatur yang dikaji dari berbagai sumber akan dianalisis melalui teknik *thematic synthesis*, yaitu proses mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema utama dari berbagai sumber literatur untuk menemukan pola konseptual yang relevan dengan topik penelitian. Metode analisis data ini memungkinkan pengintegrasian berbagai temuan penelitian terdahulu ke dalam kerangka pemahaman yang lebih terorganisir dan interpretatif. Metode *thematic synthesis* mampu menggabungkan interpretasi berbagai sumber penelitian menjadi struktur analisis yang sistematis sehingga dianggap

efektif dalam penelitian kualitatif berbasis *literature review* (Thomas & Harden, 2008).

Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini tidak hanya mengkaji desain interior sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai medium pengalaman spasial yang mempengaruhi keterikatan emosional pengguna. Dengan demikian, metode kualitatif naratif yang digunakan diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran desain interior lobi hotel dalam membentuk hubungan emosional pengunjung serta kecenderungan mereka untuk kembali berkunjung.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Subbab ini menyajikan hasil pengumpulan data melalui *narrative literature review*, yaitu metode kajian literatur yang menekankan pada sintesis konseptual dari berbagai temuan penelitian terdahulu yang mengidentifikasi dan membahas teori serta temuan utama yang relevan dengan fokus penelitian. Proses pemilihan literatur dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi terhadap topik penelitian, keterbaruan tahun publikasi dalam rentang 5-10 tahun terakhir, serta keterkaitannya dengan pembahasan mengenai desain interior lobi hotel, *physical servicescape*, *place attachment*, pengalaman pengguna, dan *revisit intention*.

Analisis diawali dengan penyajian sintesis penelitian terdahulu untuk mengidentifikasi pola temuan, hubungan antar konsep dan variabel penelitian. Selanjutnya, hasil kajian diuraikan secara tematik untuk menjelaskan keterkaitan antara elemen desain interior lobi hotel sebagai *physical servicescape* dalam membangun pengalaman spasial, keterikatan emosional (*place attachment*), serta dampaknya terhadap *revisit intention*.

Sumber kajian literatur diperoleh dari artikel jurnal ilmiah yang diakses melalui *Google Scholar*, *ScienceDirect*, serta sumber daring lain yang kredibel dan relevan. Sebanyak 10 jurnal artikel terdahulu dipilih berdasarkan relevansi topik penelitian, keterbaruan publikasi, temuan utama, serta kontribusi terhadap pemahaman hubungan antar variabel yang mendukung fokus penelitian. Berikut merupakan hasil analisa dan identifikasi terhadap berbagai literatur penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian:

1. ***Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact* (Viet et al., 2020):** Artikel jurnal ini mengidentifikasi bagaimana elemen *physical servicescape*, terutama kualitas layanan akomodasi, berperan dalam membentuk kepuasan dan *revisit intention* pengunjung. Penulis menjelaskan bahwa daya tarik visual dan kenyamanan fasilitas fisik destinasi merupakan elemen utama yang secara langsung mempengaruhi persepsi positif pengunjung terhadap tempat. Hasil temuan ini menegaskan bahwa kepuasan yang bersumber dari kualitas lingkungan dan layanan, berperan krusial sebagai pemicu *revisit intention* pengunjung. Dalam konteks desain

- interior lobi hotel, penelitian temuan ini mempertegas pentingnya optimalisasi aspek desain interior sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan membangun hubungan jangka panjang pengunjung terhadap hotel tersebut.
2. **Role of Hotel Servicescape in Satisfaction and Revisit Intention of Consumers (Balroo, 2023):** Artikel jurnal ini mengidentifikasi pengaruh elemen fisik hotel (*hotel servicescape*) terhadap kepuasan pelanggan dan *revisit intention*, dengan menempatkan aspek desain interior sebagai faktor penentu atau pencipta atmosfer ruang. Penulis menjelaskan bahwa kualitas desain interior hotel secara signifikan berkontribusi pada pembentukan kenyamanan psikologis yang memicu kepuasan pengunjung terhadap hotel secara keseluruhan. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa *servicescape* hotel yang dirancang dengan baik secara daya tarik visual dan mampu menciptakan pengalaman yang berkesan, menjadi strategi utama untuk memicu tamu berkunjung kembali.
 3. **Exploring the Role of Place Dependence, Identity, and Positive Experiences in Domestic Tourists' Revisit Intention (Putri & Yudhistira, 2025):** Artikel jurnal ini mengkaji dimensi psikologis dari *place attachment* yang terdiri dari *place dependence* dan *place identity* dalam mempengaruhi *revisit intention*. Penulis menegaskan bahwa pengalaman emosional positif yang dialami pengunjung selama berada di suatu tempat menjadi mediator utama yang memperkuat hubungan tersebut. Dalam konteks desain interior, temuan ini menunjukkan bahwa penciptaan ruang yang mampu memenuhi kebutuhan fungsional dan mampu mencerminkan identitas unik dapat membangun rasa kepemilikan pengunjung terhadap tempat. Dengan demikian, desain interior lobi yang autentik dan nyaman memiliki peran penting dalam mentransformasi ruang fisik menjadi tempat yang memiliki makna personal, yang secara efektif mendorong pengunjung untuk berkunjung kembali.
 4. **Decoding Host-Tourist Interaction and Tourists' Intention to Revisit: A Mediation Model of Place Attachment (Khaki et al., 2024):** Artikel jurnal ini membahas bagaimana interaksi dan hubungan antara penyedia layanan dengan pengunjung menjadi fondasi dalam membangun *revisit intention*. Penulis menegaskan bahwa kualitas interaksi yang didukung oleh *physical servicescape* yang baik, berperan penting dalam menciptakan keterikatan emosional pengunjung. Hasil temuan penelitian membuktikan bahwa *place attachment* berperan sebagai mediator utama yang mentransformasikan pengalaman selama berada di tempat destinasi menjadi komitmen pengunjung untuk *revisit intention* serta loyalitas tamu jangka panjang. Dalam konteks desain interior lobi hotel, temuan ini menegaskan pentingnya menciptakan desain ruang yang dapat memfasilitasi interaksi sosial yang nyaman, sehingga mampu menciptakan ikatan emosional yang mendalam terhadap hotel secara keseluruhan.
 5. **Place Attachment pada Lobi Hotel "X" dan Kaitannya dengan Revisit Intention Berdasarkan Preferensi Generasi Milenial (Mursil, 2025):** Artikel jurnal ini mengkaji bagaimana desain interior pada lobi hotel berbintang lima berperan sebagai elemen fisik yang berdampak pada pembentukan *place attachment* dan *revisit intention* bagi generasi milenial. Penulis menegaskan bahwa preferensi milenial terhadap desain ruang yang bersih, modern, dan fungsional menjadi faktor utama dalam membentuk kenyamanan psikologis di area lobi. Hasil temuan menunjukkan bahwa kualitas desain interior lobi berkontribusi secara signifikan dalam pembentukan *place attachment*, di mana estetika dan suasana ruang yang sesuai dengan selera generasi milenial memicu niat berkunjung atau menginap kembali. Temuan ini menegaskan bahwa lobi hotel merupakan ruang strategis untuk membangun loyalitas melalui pendekatan desain interior yang berpusat pada karakteristik pengguna.
 6. **The Role of Place Attachment as a Mediator Between Destination Image and Revisit Intention (Budiatmo & Listyorini, 2025):** Artikel jurnal ini mengkaji peran desain interior dan *destination image* dalam membangun keterikatan emosional pengunjung. Penulis menjelaskan bahwa identitas fisik dan visual suatu tempat destinasi merupakan elemen krusial yang membentuk persepsi pengunjung, yang kemudian memicu keterikatan emosional terhadap tempat tersebut. Hasil temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa keterikatan emosional terhadap tempat berperan sebagai mediator utama yang menghubungkan kesan awal pengunjung dengan *revisit intention*. Dalam konteks desain interior lobi, temuan ini memperkuat urgensi penciptaan atmosfer ruang yang khas dan berkesan untuk meningkatkan ikatan psikologis yang menjamin loyalitas jangka panjang tamu.
 7. **Enhancing the Hospitality Experience: A Systematic Review of 22 Years of Physical Environment Research (Nanu et al., 2024):** Artikel jurnal ini menggunakan metode *systematic literature review*, yang menganalisis lingkungan fisik (*physical servicescape*) dalam industri perhotelan selama dua dekade terakhir. Penulis menegaskan bahwa elemen desain interior merupakan elemen fundamental yang membangun pengalaman tamu melalui estetika, tata ruang fungsional, dan kondisi atmosfer (*ambient condition*). Hasil review yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas desain fisik hotel secara

konsisten menjadi faktor penting dalam mempengaruhi respons psikologis pengunjung. Dalam konteks penelitian desain interior area lobi, penelitian ini memperkuat konsep pengelolaan elemen interior yang strategis menjadi krusial dalam membangun persepsi positif dan memberikan nilai tambah pada pengalaman menginap, yang pada akhirnya menciptakan keinginan untuk berkunjung kembali dan loyalitas jangka panjang.

8. **Evolution of Hotel Interior Design: Focusing on Environmental Protection, Sustainability, and User Experience (Vogelezang, 2023):**

Artikel jurnal ini mengkaji evolusi desain interior hotel dari aspek kemewahan dekoratif menuju aspek fungsionalitas modern yang berfokus pada pengalaman pengunjung. Penulis menegaskan bahwa tata letak ruang dan pembagian zona fungsional merupakan elemen *physical servicescape* utama dalam meningkatkan efisiensi layanan dan kepuasan tamu terhadap hotel secara keseluruhan.

Hasil temuan utama menunjukkan bahwa desain interior yang adaptif terhadap kebutuhan individu mampu memperkuat identitas hotel dan menciptakan hubungan emosional pengunjung yang mendalam terhadap hotel. Dalam konteks area lobi, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas visual dan kenyamanan spasial interior berperan penting dalam membangun pengalaman yang bermakna sehingga cenderung mendorong keterikatan pengunjung terhadap tempat tersebut.

9. **Hospitality Servicescape Effects on Customer-Employee Interactions: A Multilevel Study (Kaminakis et al., 2019):**

Artikel jurnal ini membahas pengaruh *servicescape* terhadap interaksi antara pengunjung dan karyawan di industri restoran. Penelitian ini menerapkan model konseptual berdasarkan model Mehrabian dan Russell (1974) yang menghubungkan *servicescape* dengan respons emosional (*pleasure* dan *arousal*) pada pengunjung dan karyawan, yang kemudian mempengaruhi perilaku masing-masing pihak.

Hasil temuan utama menunjukkan bahwa *servicescape* secara signifikan mempengaruhi respons emosional pengunjung dan karyawan. Kualitas *servicescape*, termasuk desain interior restoran, mempengaruhi persepsi terhadap restoran, kualitas interaksi, serta kepuasan keseluruhan. Penelitian ini membuktikan bahwa *servicescape* memiliki jalur pengaruh ganda terhadap pengunjung, baik secara langsung dengan lingkungan fisik, terutama desain interior, maupun secara tidak langsung melalui dampaknya pada perilaku karyawan yang berinteraksi dengan pengunjung.

10. **Linking Servicescape and Experiencescape: Creating a Collective focus for the Service Industry (Kandampully et al., 2023):** Artikel

jurnal ini mengkaji integrasi antara konsep lingkungan fisik (*physical servicescape*) dan dimensi pengalaman (*experiencescape*) dalam lingkup industri jasa atau servis. Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan bahwa elemen *physical servicescape* (seperti kondisi lingkungan, tata letak spasial, desain interior, estetika, dsb.) berperan sebagai katalisator yang memicu respons emosional serta kognitif tamu melalui berbagai rangsangan sensorik dalam suatu ruang. Temuan utama dalam penelitian ini menegaskan bahwa desain lingkungan yang kohesif mampu membangun hubungan emosional dan memori jangka panjang yang mendalam bagi pengunjung.

Hasil temuan tersebut memperkuat konsep kualitas fisik (*physical servicescape*) dari sebuah ruang, seperti desain interior area lobi, memiliki peran krusial dalam membentuk keterikatan tamu terhadap tempat tersebut yang pada akhirnya menjadi pemicu utama dalam menciptakan pengalaman yang berkesan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis kajian literatur terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, dapat diidentifikasi pola hubungan antar variabel yang menunjukkan keterkaitan konseptual antara desain interior lobi hotel sebagai bagian dari *physical servicescape*, pengalaman spasial pengguna, pembentukan *place attachment*, hingga kontribusi dalam pembentukan *revisit intention*. Temuan ini akan menjadi dasar dalam memahami bagaimana desain interior mampu membangun keterikatan emosional dan mendorong kecenderungan *revisit intention*. Temuan utama penelitian bertujuan untuk dapat memahami secara mendalam peran strategis desain interior dalam konteks *hospitality*.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa *physical servicescape* berkontribusi secara signifikan dalam membentuk pengalaman pengunjung. Dalam konteks ini, desain interior lobi hotel sebagai aspek dari *physical servicescape* hotel, menjadi elemen krusial yang perlu dipahami lebih lanjut dalam kaitannya dengan pengalaman spasial pengguna. Tata ruang, estetika, fungsionalitas, kondisi ruang, pemilihan material dan warna, secara signifikan mempengaruhi pada pembentukan kesan dan persepsi awal pengunjung terhadap kualitas dan kenyamanan selama berada di area lobi hotel (Balroo, 2023; Nanu et al., 2024). Kemudian penataan zoning yang jelas dan sesuai dengan kebutuhan pengguna akan mempermudah orientasi ruang dan meningkatkan efisiensi pergerakan (Vogelezang, 2023).

Desain interior lobi membentuk pengalaman spasial pengunjung secara langsung melalui interaksi terhadap elemen-elemen interior ruang. Pengalaman ini bersifat multisensori, di mana rangsangan visual, taktil, serta atmosfer ruang (pencahayaan, penghawaan, dan suasana ruang) secara keseluruhan berkontribusi membangun persepsi dan emosi pengunjung. Penelitian Kandampully et al. (2023) juga menekankan bahwa

integrasi antara *servicescape* dan *experiencescape* mampu menciptakan pengalaman yang imersif dan membangun memori jangka panjang pada pengunjung terhadap destinasi. Dalam konteks ini, desain interior yang mampu menghadirkan kenyamanan psikologis dan pengalaman yang berkesan menjadi faktor krusial dalam membentuk evaluasi positif terhadap citra hotel (Viet et al., 2020). Pengalaman spasial yang terbentuk dari interaksi dengan elemen desain interior lobi akan berkembang menjadi respons emosional atau keterikatan emosional yang mendalam (*place attachment*) terhadap hotel. Ketika suatu ruang dianggap mampu memenuhi kenyamanan, kebutuhan fungsi, serta memiliki identitas yang kuat, pengunjung cenderung memperdalam ikatan emosional terhadap tempat tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Putri dan Yudhistira (2025) yang menunjukkan bahwa pengalaman positif menjadi mediator utama dalam pembentukan keterikatan emosional terhadap destinasi. Kemudian Budiarmo dan Listyorini (2025) menambahkan bahwa penciptaan identitas ruang yang khas juga berperan penting dalam membangun makna personal bagi pengunjungnya.

Kualitas fisik ruang secara signifikan mampu mempengaruhi dinamika interaksi sosial yang terjadi di dalamnya, yang turut berkontribusi dalam memperkuat keterikatan emosional pengunjung terhadap tempat. Dalam konteks ini, desain interior lobi yang mampu memfasilitasi interaksi pengunjung secara nyaman, seperti dengan mengadakan area tempat duduk yang fleksibel atau ruang terbuka yang mendukung komunikasi, akan meningkatkan kualitas pengalaman sosial pengunjung selama berada di hotel. Temuan ini kemudian dipertegas oleh Khaki et al. (2019) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh secara langsung terhadap pengalaman pengguna dan secara tidak langsung melalui interaksi sosial yang terjadi di tempat tersebut. Dengan demikian, peran *servicescape* tidak hanya terbatas pada aspek fisik saja, tetapi juga berdampak pada kualitas interaksi sosial dalam ruang, sebagaimana dijelaskan oleh Kaminakis et al. (2019).

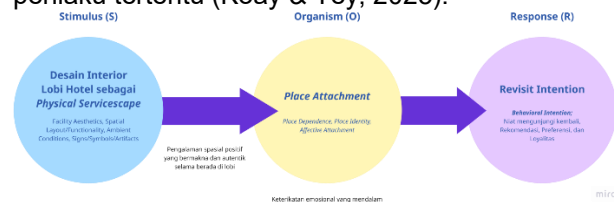
Keterikatan emosional pengunjung terhadap tempat destinasi selanjutnya berdampak terhadap perilaku pengunjung, khususnya dalam bentuk *revisit intention*. Pengunjung yang memiliki pengalaman positif yang berkesan dan hubungan emosional dengan suatu tempat cenderung menunjukkan keinginan untuk kembali. Studi yang dilakukan oleh Viet et al. (2020) dan Mursil (2025) menunjukkan bahwa kepuasan yang bersumber dari kualitas lingkungan fisik dan desain interior menjadi faktor penting dalam mendorong *revisit intention*. Hasil temuan tersebut juga menegaskan bahwa selain kepuasan dan pengalaman positif yang dirasakan selama berada di destinasi, keterikatan emosional pengunjung terhadap tempat perlu diperkuat untuk menciptakan loyalitas jangka panjang.

Hubungan antara desain interior lobi sebagai *physical servicescape*, pengalaman spasial, *place*

attachment, dan *revisit intention* dapat dipahami sebagai suatu rangkaian proses yang saling berkesinambungan. Dalam konteks ini, desain interior berperan sebagai pemicu awal yang membentuk pengalaman spasial yang berkembang menjadi keterikatan emosional yang mendalam, dan keterikatan tersebut pada akhirnya mempengaruhi perilaku *revisit intention*.

Secara keseluruhan temuan penelitian ini menegaskan bahwa desain interior lobi hotel selain berfungsi sebagai elemen estetika dan ruang transisi, juga mampu berfungsi sebagai medium strategis dalam membangun pengalaman dan ikatan emosional antara pengguna dan tempat. Dengan demikian, pendekatan perancangan interior dengan mempertimbangkan aspek fungsional, estetika, dan emosional secara holistik menjadi kunci dalam menciptakan ruang yang menarik secara visual dan mampu membangun loyalitas pengunjung jangka panjang.

Berdasarkan sintesis analisis kajian studi literatur, disusunlah model konseptual sebagai dasar teoritis untuk memahami mekanisme hubungan antara desain interior lobi hotel sebagai *physical servicescape*, pengalaman spasial yang membentuk keterikatan tempat (*place attachment*), dan *revisit intention*. Model ini didasari oleh kerangka kerja SOR (*Stimulus-Organism-Response*) yang dikembangkan oleh Mehrabian dan Russell (1974). Teori ini menjelaskan bagaimana elemen-elemen eksternal lingkungan dapat mempengaruhi kondisi emosional individu, yang kemudian menghasilkan respons perilaku tertentu (Koay & Tey, 2025).



Gambar 3. Pengembangan Model SOR

(Sumber: *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 2023)

Dalam model konseptual ini, elemen-elemen desain interior lobi (seperti estetika, tata ruang, kondisi atmosfer, dsb.) berperan sebagai *Stimulus (S)*, *place attachment* sebagai *Organism (O)*, yaitu merupakan proses mediasi internal yang mencakup evaluasi kognitif dan keterikatan emosional pengunjung terhadap ruang. Sebagai puncaknya, *revisit intention* muncul sebagai bentuk *Response (O)* perilaku pengunjung, di mana pengalaman bermakna pengunjung bertransformasi menjadi ikatan emosional yang mendalam hingga memicu kecenderungan untuk kembali (*revisit intention*).

Model konseptual ini menegaskan bahwa *place attachment* merupakan mediator penting antara desain interior dengan pengguna dalam menciptakan persepsi ruang menjadi ikatan psikologis terhadap tempat. Dengan demikian, perancangan desain interior lobi yang menarik secara visual serta optimal secara fungsional akan menciptakan pengalaman spasial yang bermakna dan autentik. Sinergi antara kualitas fisik dan

kedalaman emosional inilah yang menjadi pendorong utama bagi pengunjung untuk melakukan *revisit intention* serta loyalitas jangka panjang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman teoritis bagi perancang interior dan pelaku industri *hospitality*, mengenai bagaimana merancang desain interior lobi hotel sebagai ruang yang strategis dalam membentuk pengalaman dan loyalitas pengunjung. Desain interior area lobi perlu dirancang dengan mempertimbangkan semua aspek, seperti estetika, pengalaman spasial yang holistik, meliputi aspek fungsional, kenyamanan, serta kualitas atmosfer ruang. Hal ini sejalan dengan penelitian Nanu et al. (2024) yang membuktikan bahwa kualitas *physical servicescape* secara konsisten mempengaruhi respons psikologis pengunjung serta persepsi terhadap kualitas destinasi secara keseluruhan.

Perencanaan elemen-elemen *physical servicescape* seperti tata ruang atau *zoning*, pencahayaan, penghawaan, pemilihan material dan warna, serta elemen estetika perlu dipertimbangkan secara optimal untuk menciptakan suasana yang mampu memberikan kesan awal yang positif dan berkesan. Vogelezang (2023) dalam penelitiannya membuktikan bahwa penataan ruang yang efektif dan fungsional mampu meningkatkan kenyamanan serta efisiensi pengalaman pengguna dalam ruang. Hal ini kemudian juga didukung dengan integrasi pendekatan multisensori yang ikut berkontribusi dalam memperkuat pengalaman pengguna, sebagaimana dijelaskan oleh Kandampully et al. (2023) bahwa pengalaman yang melibatkan berbagai *stimulus* sensorik mampu membangun memori yang lebih mendalam dan berkelanjutan. Maka dapat disimpulkan dari hasil temuan ini bahwa desain interior lobi hotel selain dipahami sebagai elemen fisik atau ruang transisi, tetapi juga sebagai *physical servicescape* yang berperan penting dalam membentuk pengalaman spasial, interaksi sosial, serta keterikatan emosional pengunjung terhadap tempat (*place attachment*). Dari keseluruhan analisis studi literatur yang dilakukan terhadap penelitian terdahulu, terbukti secara konsisten bahwa kualitas desain interior yang mampu mengintegrasikan aspek fungsional, estetika, dan pengalaman secara holistik mampu meningkatkan kenyamanan, kepuasan, hingga membangun hubungan emosional yang bermakna antara pengunjung dan tempat, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku pengunjung untuk berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa keterikatan emosional terhadap tempat menjadi faktor penting dalam mendorong kecenderungan *revisit intention* serta membentuk loyalitas pengunjung secara berkelanjutan dalam konteks industri *hospitality* (Kaminakis et al., 2019; Khaki et al., 2024; Putri & Yudhistira, 2025).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada Bapak dosen pembimbing serta seluruh dosen dan rekan-rekan di Program Studi

Magister Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, yang telah memberikan arahan, bimbingan, wawasan, sehingga turut memperkaya pemahaman penulis selama proses penyusunan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel-Aal, E., & Abbas, J. E.-A. (2016). *Assessing Social and Physical Servicescape as Drivers of Hotels' Image Formation: Customers Perspective*. *Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University*.
- Amer, S. M., & Rakha, S. A. (2022). How servicescape unleash customer engagement behaviors through place attachment: an investigation in a non-Western context. *Cogent Business and Management*, 9(1). doi:10.1080/23311975.2022.2055443
- Budiatmo, A., & Listyorini, S. (2025). The Role of Place Attachment as a Mediator Between Destination Image and Revisit Intention. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.51137/wrp.ijarbm.2024.abtt.45628>
- Balroo, S. A. (2023). Role of Hotel Servicescape in Satisfaction and Revisit Intention of Consumers: Familiarity as a Moderator. *Journal of Economics, Management and Trade*, 29(11), 71–84. doi:10.9734/jemt/2023/v29i111163
- Bonaventura, A. E. (2021). *Agricultural resources allocation and environmental sustainability*. *Journal of Applied Economic Sciences* (Vol. 8). Retrieved from <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Bui, B. T. T., & Quyen, H. D. (2025). A holistic perspective on revisit intention: investigating place attachment, authenticity and satisfaction in domestic tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1–21. doi:10.1108/JHTI-02-2025-0287
- González-Reverté, F., Corrons, A., & Gomis-López, J. M. (2025). Exploring the role of memorable tourism experiences and place attachment in the revisit intention of tourists staying in short-term rentals. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(11), 79–99. doi:10.1108/JHTI-05-2024-0451
- Han, H., Lee, J.-S., & Koo, B. (2021). Impact of green atmospherics on guest and employee well-being response, place dependence, and behavior in the luxury hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(10), 1613–1634. doi:10.1080/09669582.2020.1861456
- Hanafiah, M. A., Aminuddin, M. H., & Mahdzar, N. (2023). *Adoption of the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Model in Hospitality and Tourism Research: Systematic Literature Review and Future Research Directions*. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism* (Vol. 12). APJIHT.
- Hermita, R., & Fahrezi, T. C. (2025). Kajian Terhadap Bentuk Visual Elemen Interior Grand Inna Medan Medan. *CandraRupa : Journal of Art, Design, and Media*, 4(1), 15–20. doi:10.37802/candrarupa.v4i1.769
- Isa, S. M., Ariyanto, H. H., & Kiumarsi, S. (2020). The effect of place attachment on visitors' revisit intentions: evidence from Batam. *Tourism Geographies*,

- 22(1), 51–82.
doi:10.1080/14616688.2019.1618902
- Jin, M. L., Choi, Y., Lee, C. K., & Ahmad, M. S. (2020). Effects of place attachment and image on revisit intention in an ecotourism destination: Using an extended model of goal-directed behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18). doi:10.3390/SU12187831.
- Kaminakis, K., Karantinou, K., Koritos, C., & Gounaris, S. (2019). Hospitality servicescape effects on customer-employee interactions: A multilevel study. *Tourism Management*, 72, 130–144. doi:10.1016/j.tourman.2018.11.013
- Kandampully, J., Bilgihan, A., & Amer, S. M. (2023). Linking servicescape and experiencescape: creating a collective focus for the service industry. *Journal of Service Management*, 34(2), 316–340. doi:10.1108/JOSM-08-2021-0301
- Kexin, Z., & Teo, P.-C. (2023). The Adoption of Stimulus-Organism-Response (SOR) Model in the Social Commerce Literature. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(7). doi:10.6007/ijarbss/v13-i7/17290
- Kim, D., Hyun, H., & Park, J. (2020). The effect of interior color on customers' aesthetic perception, emotion, and behavior in the luxury service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57. doi:10.1016/j.jretconser.2020.102252
- Klaudia¹, M. I., Ismanto, A., Nayadilaga³, A. R., Desain, P., Rupa, S., Desain, D., & Korespondensi, P. (2023). *Analisis Elemen Estetis pada Rancangan Interior Lobby Hotel Royal Safari Garden Bogor* (Vol. 5). Juni.
- Koay, K. Y., & Tey, J. (2025). Understanding the influence of physical servicescape on consumers' intentions to revisit dessert stores using the SOR model. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 37(3), 467–488. doi:10.1080/08974438.2024.2362189
- Li, S. (2021). Linking servicescape and customer engagement: An investigation in the hotel context. *International Journal of Hospitality Management*, 94. doi:10.1016/j.ijhm.2021.102880
- Mursil, F. S., Astuti, S. B., & Hawari, F. (2025). Place Attachment pada Lobi Hotel "X" dan Hubungannya terhadap Revisit Intention Berdasarkan Preferensi Generasi Milenial, 24. doi:10.24853/nalars.24.1.79-90
- Nadesan, G., & Mohd Ariffin, A. A. (2023). Influences of Servicescape on Customer Loyalty in Resort Hotel Industry: A Stepping-Stone for Future Studies By Expanding Place Attachment as Mediator. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(3). doi:10.6007/ijarbss/v13-i3/16854
- Nanu, L., Ali, F., Berezina, K., & Cobanoglu, C. (2020). The effect of hotel lobby design on booking intentions: An intergenerational examination. *International Journal of Hospitality Management*, 89. doi:10.1016/j.ijhm.2020.102530
- Nanu, L., Rahman, I., Ali, F., & Martin, D. S. (2024a). Enhancing the hospitality experience: A systematic review of 22 years of physical environment research. *International Journal of Hospitality Management*, 119. doi:10.1016/j.ijhm.2024.103692
- Nguyen Viet, B., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business and Management*, 7(1). doi:10.1080/23311975.2020.1796249
- Nugraha, R. N., Sannindra, A. E., & Zaqi, M. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI REVISIT INTENTION PADA TAMU HOTEL IBIS SENEN JAKARTA. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 6(1), 274. https://doi.org/10.37484/jmph.060127
- Peng, X., Liu, M., Hu, Q., & He, X. (2023). A multiscale perspective on place attachment and pro-environmental behavior in hotel spaces. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 435–447. doi:10.1016/j.jhtm.2023.05.013
- Permatasari, Rr. C., & Nugraha, N. E. (2020). Peranan Elemen Desain Interior Dalam Membentuk Atmosfer Ruang Tunggu CIP Lounge Bandara. *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Seni*, 15(2), 59–70. doi:10.33153/dewaruci.v15i2.3027
- Pettalongi, S. S., M, M., Ndaomanu, D. N., & Arafat. (2025). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN CAMPURAN TEORI DAN PRAKTIK*. Medan.
- Putri, J. M. K., & Yudhistira, P. G. A. (2025). Exploring the Role of Place Dependence, Identity, and Positive Experiences in Domestic Tourists' Revisit Intention. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 18(1), 168–189. doi:10.20473/jmtt.v18i1.65636
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1–10. doi:10.1016/j.jenvp.2009.09.006
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the Thematic Synthesis of Qualitative Research in Systematic Reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 1–10. Biomedcentral. https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45
- Väisänen, H. M., Uusitalo, O., & Rynänen, T. (2023). Towards sustainable servicescape – tourists' perspectives of accommodation service attributes. *International Journal of Hospitality Management*, 110. doi:10.1016/j.ijhm.2023.103449
- Viet, B. N., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business and Management*, 7(1). doi:10.1080/23311975.2020.1796249
- Vogelezang, R. (2023a). Evolution of Hotel Interior Design: Focusing on Environmental Protection, Sustainability, and User Experience. *Studies in Art and Architecture*, 2(2), 47–51. doi:10.56397/saa.2023.06.09
- Wahyudie, P., Antariksa, A., Wulandari, L. D., & Santosa, H. (2021). *Place attachment in supporting the preservation of religious historical built environment*. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 737). Institute of Physics. doi:10.1088/1755-1315/737/1/012035
- Werdiningsih, E., & Hamid B, A. (2022). Lima Pendekatan dalam Penelitian Kualitatif. *Likhitaprajna*, 24(1), 39–50. https://doi.org/10.37303/likhitaprajna.v24i1.217
- Yu, H., Bai, G., & Wu, L. (2018). Application of Perception Theory in Hotel Interior Design. *Open Journal of Applied Sciences*, 08(07), 285–295. doi:10.4236/ojapps.2018.87021