

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA HOTEL BIZ BOULEVARD KOTA MANADO
DENGAN METODE SERVQUAL***ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT HOTEL BIZ BOULEVARD MANADO CITY WITH
SERVQUAL METHOD*

Oleh:

Ivo Nurindah Sari Siringoringo¹**Arrazi Bin Hasan Jan²****Merlyn Mourah Karuntu³**¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹ivonsringo98@gmail.com²arrazi@unsrat.ac.id³merlynkaruntu@unsrat.ac.id

Abstrak: Kurangnya kualitas pelayanan menjadi salah satu kendala dalam tingkat kepuasan tamu. Pihak hotel juga sering kali kesulitan dalam mengukur kualitas pelayanannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu yang menggunakan layanan Hotel yang berada pada Hotel Biz Boulevard Kota Manado. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam metode servqual yaitu *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangibles* (bukti fisik), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai gap dari kelima dimensi memiliki nilai negatif. Yang artinya kualitas pelayanan di dapatkan belum sesuai dengan yang diharapkan oleh tamu pada Hotel Biz Boulevard. Nilai gap tertinggi adalah dimensi *responsiveness* (daya tanggap) dengan nilai gap sebesar 0.14 dan nilai gap terendah adalah dimensi *tangibles* (bukti fisik) dengan nilai gap sebesar 2.66. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dimensi *tangibles* (bukti fisik) ini yang menjadi perhatian untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Servqual.

Abstract: Lack of quality service becomes one of the obstacles to the level of guest satisfaction. The hotel also often has difficulty in measuring the quality of its service. The purpose of this study was to determine the level of satisfaction of guests who use hotel services located at Hotel Biz Boulevard Manado City. Service quality measurement is carried out using five dimensions contained in the servqual method, namely *realibility*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, *empathy*. The results of this study show that the gap values of the five dimensions have negative values. Which means that the quality of service obtained is not as expected by guests at Biz Boulevard Hotel. The highest gap value is the *responsiveness* dimension with a gap value of 0.14 and the lowest gap value is the *tangibles* dimension (physical evidence) with a gap value of 2.66. Thus it can be seen that the *tangibles* dimension (physical evidence) is a concern to be able to improve the quality of service.

Keywords: Service Quality, Servqual.

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dalam pasar industri. Ketika perusahaan mampu menghasilkan pelayanan yang berkualitas maka dengan begitu produk dalam perusahaan ini (pelayanan) telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan pelanggan. Kualitas juga merupakan penilaian dari karakteristik pada produk, barang maupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing (Wardani dan Rumiya, 2017). Kualitas layanan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan konsumen sama dengan atau melebihi dari kualitas yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan baik atau memuaskan (Sunarti, 2017).

Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia melalui pintu masuk utama pada April 2022 mencapai 111,06 ribu kunjungan, naik tajam 499,01 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada April 2021. Jika dibandingkan dengan sebelumnya, jumlah kunjungan wisman pada April 2022 meningkat sebesar 172,27 persen. Dari Januari hingga April 2022, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia melalui pintu masuk utama mencapai 185,44 ribu kunjungan, naik signifikan sebesar 350,90 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman melalui pintu masuk utama pada periode yang sama tahun 2021. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia pada April 2022 mencapai 34,23 persen, turun tipis 0,40 poin dibandingkan dengan TPK April 2021. Sama halnya jika dibandingkan dengan TPK bulan sebelumnya, TPK April 2022 juga turun sebesar 10,92 poin. TPK hotel klasifikasi nonbintang pada April 2022 tercatat sebesar 17,40 persen, turun 0,59 poin dibandingkan dengan TPK April 2021. Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, TPK nonbintang pada April 2022 turun 4,66 poin. Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel klasifikasi bintang selama April 2022 tercatat sebesar 1,62 hari, turun 0,10 poin dibandingkan April 2021. Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, rata-rata lama menginap April 2022 tidak menunjukkan adanya perbedaan, (sumber: bps.go.id).

Menurut prasurvei yang saya lakukan pada beberapa orang pekerja, mahasiswa/I di Manado yang sering melakukan perjalanan luar kota maupun dalam kota sekedar untuk refreshing maupun dalam rangka ikatan kerja sebagian besar dari mereka akan memilih untuk menggunakan sebuah instansi jasa, dalam hal ini yaitu hotel sebagai tempat mereka menginap. Sebagai pengguna jasa tentu mereka akan memilih tempat yang menyediakan pelayanan yang kualitasnya bagus dan nyaman untuk mereka gunakan, dengan mempertimbangkan harga yang akan mereka keluarkan. Kualitas kenyamanan cenderung akan membuat pelanggan merasa puas dengan service yang tersedia dan diberikan pada mereka sebagai pemakai atau pengguna jasa.

Hotel adalah sebuah bangunan, atau perusahaan yang akan menyediakan sebuah jasa. Umumnya jasa yang ditawarkan oleh hotel berupa penginapan. Akan tetapi, masih banyak lagi jasa yang bisa ditawarkan oleh suatu hotel, seperti menyediakan berbagai makanan dan minuman, membuat resti atau kafe, dapat digunakan untuk menggelar sebuah acara, dan lain sebagainya. Seluruh fasilitas yang ada di dalam hotel akan diperuntukkan bagi pengunjungnya. Hotel adalah tempat yang sering digunakan untuk seseorang menginap atau beristirahat, seperti untuk para wisatawan di sebuah daerah tempat wisata.

Menurut Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.PM.10/PW.301/Phb-77 Hotel merupakan bentuk suatu akomodasi yang dikelola secara komersil. Hotel adalah tempat yang disediakan untuk semua orang yang membutuhkan pelayanan. Seperti pelayanan penginapan, pelayanan makanan dan pelayanan minuman.

Sulawesi Utara merupakan daerah yang memiliki beberapa perusahaan jasa. Salah satunya adalah perusahaan jasa dalam bidang perhotelan khususnya yang terdapat di kota Manado. Ada sekitar 203 jumlah usaha perhotelan yang ada di kota Manado pada saat ini, dimana ini akan menjadi salah satu bentuk persaingan yang ada dalam bidang penyediaan layanan jasa yang dapat dilihat saat ini. Sehingga setiap hotel akan berusaha menarik perhatian/minat dari konsumen untuk merasakan pelayanan yang disediakan oleh pihak hotel tersebut.

Salah satu perusahaan penyedia jasa hotel yang ada di Sulawesi Utara yaitu Hotel Biz Boulevard di Kota Manado. Hotel ini merupakan salah satu hotel yang cukup diminati oleh pengguna jasa pelayanan untuk menginap satu atau dua malam, oleh pengguna jasa penginapan sehingga dapat bertahan dengan adanya persaingan dalam bidang penyedia jasa yang sama pula.

Oleh karena itu, pada penelitian ini akan difokuskan terhadap pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini menggunakan metode *Servqual*. Dimana metode *servqual* terdapat lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Setiawan dkk 2017). Metode *SERVQUAL* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan kenyataan dan harapan atas layanan yang diterima/dirasakan oleh para pelanggan (Farminta dkk, 2015). Dengan metode tersebut diharapkan dapat membuat penelitian ini berjalan lancar dan tentunya dapat memberikan hasil yang memuaskan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang terdapat pada Hotel Biz Boulevard Kota Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Operasional

Heizer dan Render (2014), mendefinisikan manajemen operasional sebagai bentuk pengelolaan menyeluruh dan optimal pada aspek tenaga kerja, barang-barang (mesin, peralatan dan bahan mentah), atau factor

produksi lain yang bias dijadikan produk barang dan jasa yang lazim diperdagangkan. Manajemen operasional dapat juga diartikan sebagai pengelolaan (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengoordinasian, dan pengendalian) semua kegiatan yang berhubungan dengan barang dan jasa secara langsung.

Pengertian Kualitas

Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Zohit dkk, 2017 (Akbar & Handoyo, 2020). Dengan demikian, aspek penilaian terhadap kualitas sebuah jasa, misalnya sebuah instansi, bias mencakup berbagai factor yang saling terkait, diantaranya lokasi, biaya, status akreditasi, jumlah dan kualifikasi staf, reputasi instansi bersangkutan, desain ruangan, variasi menu yang disajikan, jam operasi, sikap staf, perhatian personal terhadap kebutuhan para pelanggan, ketersediaan dan aksesibilitas terhadap fasilitas, dan seterusnya. Individu yang berbeda akan memberikan bobot kepentingan yang berbeda pada masing-masing factor (Wijaya, 2018).

Pengendalian Kualitas

Menurut Bonar & Lutfhi (2018: 221) Pengendalian kualitas adalah suatu teknik dan aktivitas/ tindakan yang terencana yang dilakukan untuk mencapai, mempertahankan dan meningkatkan kualitas suatu produk dan jasa agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Sugijanto dan Surabagiarta, 2016).

Pelayanan Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidakerakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun (Sujarweni, 2015). Point utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan yang dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Kurniawati dan Singgih, 2015).

Metode Service Quality

Metode Servqual adalah metode yang sangat populer untuk mengukur kualitas pelayanan. Pengukuran mutu untuk fisik produk tidak berbeda dengan jasa industri. Setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala, yaitu apakah menurut nasabah hal tersebut penting dapat dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik. Setelah data didapatkan dari kuesioner maka dilakukan perhitungan rata – rata tiap pertanyaan dengan rumus (Prananda et al., 2019). Analisis diawali dengan sebuah kusioner yang disebarkan kepada konsumen, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala (*Likert*), yaitu apakah menurut konsumen hal tersebut penting untuk dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik.

Dimensi Service Quality

Berikut merupakan dimensi-dimensi dari metode Servqual Menurut Zeithaml, Parassuraman & Berry (dalam Hardiyansyah, 2011:11), kualitas pelayanan dapat dinilai berdasarkan lima dimensi yang mencakup bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

PenelitianTerdahulu

Heru Winarno dan Tb. Absor (2017), dalam penelitiannya “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Service Quality (Servqual)* Dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Pada PT. Media Purna Engineering”. Mengatakan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra perusahaan yaitu PT. Krakatau Steel (Persero) Tb katas pelayanan yang diberikan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengukur tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT. Media Purna Engineering tergolong baik, namun terdapat 1 atribut kualitas pelayanan yang masih

perlu ditingkatkan atau dikembangkan dari 25 atribut kualitas pelayanannya, yaitu pada atribut ke 15 tentang kecepatan dalam memberikan solusi.

Eva Zuraidah (2018), dalam penelitiannya “Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode Servqual (*Service Quality*)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan nilai gap dari persepsi dan ekspektasi pelanggan Restoran cepat saji serta memberikan perbaikan dari atribut-atribut yang memiliki prioritas tertinggi. Pada penelitian ini menggunakan Metode ServQual dengan lima dimensi pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut yang memiliki prioritas perbaikan tertinggi, yaitu keberadaan jumlah kasir yang melayani dapat memadai jumlah pelanggan saat ramai (*Tangible*), kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak (*Responsiveness*), dan ketersediaan tempat cuci tangan yang bersih dan fasilitas yang pendukung cuci tangan yang lengkap (*Tangible*).

Safrizal dan Noviera Aldanisa (2019), dalam penelitiannya “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rsu Cut Meutia Kota Langsa Dengan Pendekatan Service Quality (Servqual)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan RSU Cut Meutia Kota Langsa dengan Pendekatan *Service Quality*. Hasil penelitian menunjukkan diperoleh index pada variable tingkat kepentingan (*ekspektation*) tiap dimensinya yaitu 1). Bukti Fisik (*tangibles*) sebesar 565,5, 2). Keandalan (*reliability*) sebesar 604,6, 3). Daya Tanggap (*responsiveness*) sebesar 615,8, 4). Jaminan (*assurance*) sebesar 610,2 dan 5). Sikap (*emphaty*) sebesar 590,4. Kemudian untuk variable penilaian tingkat kinerja (*reality*) tiap dimensinya yaitu 1). Bukti Fisik sebesar 486,8, 2). Keandalan sebesar 523,4, 3). Daya Tanggap sebesar 530,8, 4). Jaminan sebesar 489,2 dan 5). Sikap sebesar 481,2. Sedangkan nilai GAP pada RSU Cut Meutia pada dimensi *tangible* nilai GAP sebesar -78,7, dimensi *reliability* dengan nilai GAP sebesar 81,2, dimensi *responsiveness* dengan nilai GAP sebesar -85, dimensi *assurance* dengan nilai GAP sebesar 121 dan pada dimensi *emphaty* dengan nilai GAP sebesar -109,2, kemudian GAP pada RSU Cut Meutia Kota Langsa diperoleh sebesar -475,1, yang artinya tingkat pelayanan yang diberikan belum selesai dengan harapan responden.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Moleong (2007), jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati.

Responden, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Responden adalah orang yang dengan sadar menjadi objek penelitian. Responden dapat menjawab pertanyaan yang diajukan secara tertulis, lisan maupun kusioner dari peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi responden ialah pengunjung/pengguna Hotel Biz Boulevard Kota Manado. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik pengambilan sampel bersyarat (*purposive sampling*). Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini penelitian dilakukan pada pegawai negeri/swasta, mahasiswa, wiraswasta di Manado yang pernah menggunakan Hotel Biz Boulevard Kota Manado.

Data dan Sumber Data

Jenis data dalam studi adalah data primer yang dilakukan berdasarkan metode pengumpulan data wawancara. Dalam pelaksanaannya data primer diperoleh dari Pengguna/Pengunjung pada Hotel Biz Boulevard. Jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi dan tidak berbentuk angka, data yang berupa informasi yang diperoleh dari hasil penelitian dari objek dan sasaran penelitian yaitu pengunjung/pengguna layanan pada Hotel Biz Boulevard Kota Manado.

Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2016, 138), berpendapat bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk

mengetahui suatu informasi atau data yang diinginkan seorang kepada seorang lainnya atau pun sekelompok orang melalui tanya-jawab antara peneliti dan narasumber dari objek penelitian.

Uji Servqual

Uji servqual dilakukan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Semua data responden akan dihitung bobotnya dari masing-masing atribut. Adapun langkah-langkah untuk menghitung bobot harapan (X) dan bobot persepsi (Y) sebagai berikut:

a. Menghitung bobot harapan tiap atribut

$$\sum Xi = (\sum XSTSx1) + (\sum XTSx2) + (\sum XNx3) + (\sum XSx4) + (\sum XSSx5)$$

Keterangan :

$\sum Xi$ = Jumlah bobot jawaban pernyataan harapan variabel ke-i

$\sum STS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sangat tidak setuju

$\sum TS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban tidak setuju

$\sum N$ = Jumlah orang yang memilih jawaban netral

$\sum S$ = Jumlah orang yang memilih setuju

$\sum SS$ = Jumlah orang yang memilih sangat setuju

Skala Likert : 1 – 5

b. Menghitung bobot persepsi tiap atribut

$$\sum Yi = (\sum YSTSx1) + (\sum YTSx2) + (\sum YNx3) + (\sum YSx4) + (\sum YSSx5)$$

Keterangan :

$\sum Xi$ = Jumlah bobot jawaban pernyataan harapan variabel ke-i

$\sum STS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sangat tidak setuju

$\sum TS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban tidak setuju

$\sum N$ = Jumlah orang yang memilih jawaban netral

$\sum S$ = Jumlah orang yang memilih setuju

$\sum SS$ = Jumlah orang yang memilih sangat setuju

Skala likert : 1 – 5

c. Menghitung rata-rata bobot harapan dan kenyataan tiap atribut

$$\bar{Xi} = \sum \frac{xi}{n} \quad \bar{Yi} = \sum \frac{Yi}{n}$$

Keterangan :

$\sum Xi$ = rata-rata jawaban responden untuk pernyataan harapan atribut ke-i

$\sum Yi$ = rata-rata jawaban responden untuk pernyataan persepsi ke-i

Xi = jumlah bobot jawaban pernyataan harapan atribut ke-i

Yi = jumlah bobot jawaban pernyataan persepsi atribut ke-i

N = jumlah responden

d. Menghitung nilai kesenjangan celah antara kenyataan dan harapan setiap atribut

$$SQi = yi - xi$$

Keterangan :

SQi = Nilai Gap atribut ke-i

Yi = Nilai rata-rata persepsi pelanggan atribut ke-i

Xi = Nilai rata-rata harapan pelanggan atribut ke-i

e. Perhitungan kualitas pelayanan

$$Q = \frac{p}{H}$$

Keterangan :

Q = Kualitas Pelayanan

P = Nilai rata-rata persepsi

H = Nilai rata-rata harapan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti maka didapat respon sebagai berikut ini:

1. *Reability* (kehandalan)

Berdasarkan hasil wawancara mengenai kehandalan karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan di Hotel Biz Boulevard di dapatkan jawaban dari 50 responden yang 32 orang responden menyatakan setuju dan 18 orang responden lainnya menyatakan sangat setuju untuk pernyataan ini. Karena menurut responden sebagai salah satu Hotel, Hotel Biz Boulevard sudah seharusnya memiliki rasa tanggung rasa, dimana saat karyawan melakukan suatu kesalahan yang tidak sesuai maka sudah seharusnya karyawan tersebut segera meminta maaf pada pelanggan/pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai kehandalan karyawan memberikan informasi yang diperlukan didapatkan bahwa 1 orang responden dari total 50 orang responden memilih untuk netral terhadap pertanyaan tersebut karena menurut responden tersebut sebelum melakukan reservasi terhadap suatu hotel ataupun tempat lainnya seharusnya konsumen itu sendiri sudah mencari tahu apa saja yang akan didapatkan ditempat itu. Sedangkan 15 orang responden dan 34 responden lainnya memilih untuk setuju dan sangat setuju karena menurut mereka tidak semua konsumen mengetahui apa saja hal-hal yang tidak dapat dan boleh seorang konsumen lakukan selama berada di tempat itu.

2. *Responsive* (Daya Tanggap)

Berdasarkan hasil wawancara mengenai daya tanggap dimana karyawan selalu tanggap dan peduli terhadap keinginan tamu dari 50 responden, 2 orang diantaranya memilih tidak setuju karena menurut mereka sebagai pengguna fasilitas yang tersedia di hotel tidak seharusnya pengunjung selalu membutuhkan karyawan hotel. 13 orang responden memilih untuk tetap netral dengan pertanyaan tersebut. Sedangkan 25 responden memilih untuk setuju dan 10 responden sisanya memilih sangat setuju karena mereka beranggapan bahwa ada kalanya sebagai pengunjung/tamu mereka membutuhkan kehadiran/bantuan dari karyawan untuk membantu ketika berada dalam kondisi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai resepsionis selalu berada di lobby dari 50 responden 1 diantaranya memilih sangat tidak setuju, 2 responden lainnya memilih tidak setuju responden berpendapat bahwa bisa saja resepsionis tersebut tidak berada diposisinya dikarenakan ada urusan lainnya pada saat tidak ada panggilan, selama masih bisa menunggu menurutnya itu tidak terlalu jadi masalah besar. Sedangkan 25 responden memilih netral terhadap pertanyaan tersebut, lalu 8 responden dan 14 responden lainnya memilih untuk setuju dan sangat setuju dengan demikian bila ada pelanggan yang memerlukan sesuatu atau butuh bantuan mereka dapat segera direspon oleh resepsionis.

3. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Berdasarkan hasil wawancara mengenai pertanyaan tentang kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan dari 50 responden, 1 responden mengatakan tidak setuju karena beranggapan bahwa ada kalanya seseorang pasti melakukan kesalahan dalam pekerjaannya. Namun demikian 11 responden mengatakan untuk tetap bersikap netral saja mengenai pertanyaan yang diberikan peneliti, sedangkan 35 responden memilih setuju dan 3 responden sisanya memilih sangat setuju karena menurut mereka yang selaku pengguna/pengunjung, kenyamanan dan kebersihan itu adalah hal pertama yang mereka ingin dapatkan dari hotel itu.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai kondisi fasilitas pendukung (toilet) yang nyaman dan bersih, 1 responden dari total 50 responden yang diajukan pertanyaan yang sama mengatakan tidak setuju, 21 responden memilih untuk bersikap netral karena menurut mereka sudah sewajarnya toilet yang berada dalam hotel tersebut bersih. Sedangkan 24 responden memilih setuju dan 4 responden sisanya mengatakan sangat setuju dengan pertanyaan tersebut karena fasilitas dalam kamar terutama toilet sendiri merupakan bagian terpenting yang sudah seharusnya terjamin kebersihannya agar tidak mengganggu kenyamanan para tamu hotel.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai tersedianya fasilitas dalam kamar hotel (WiFi, TV, AC, Kasur, Selimut). Dari 50 responden yang diambil dalam penelitian ini 1 responden mengatakan tidak setuju dengan pertanyaan yang diajukan karena menurut responden memang sudah seharusnya itu tersedia di hotel. Lalu 8 responden memilih netral sedangkan 41 responden lainnya memilih setuju sebab itu memang sudah menjadi standar dalam pembentukan fasilitas hotel.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai tempat parkir luas dengan total 50 responden yang diajukan pertanyaan, 32 responden mengatakan setuju dan 18 responden lainnya memilih untuk sangat setuju karena dengan tersedianya tempat parkir yang luas maka pengunjung/tamu di hotel tidak perlu repot untuk mencari parkir untuk kendaraan yang mereka gunakan hanya karena parkir yang tidak memadai.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai karyawan yang berpenampilan rapi dan menarik (rapi, sopan) dari 50 responden banyaknya, 19 responden diantaranya memilih setuju dengan pertanyaan ini karena menurut pengunjung itu merupakan cerminan bahwa hotel itu memiliki tampilan menarik dengan fasilitas yang baik atau bisa dikatakan nyaman untuk digunakan dan 31 responden lainnya mengatakan sangat setuju terhadap hal ini dikarenakan menurut responden karyawan sendiri merupakan wajah dari hotel itu sendiri yang artinya mereka harus menggambarkan bahwasanya pengunjung tidak salah memilih hotel itu untuk sebagai tujuan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai lokasi hotel strategis, 3 responden dari 50 total responden yang dimintai tanya-jawab memilih untuk netral mengenai hal ini berbeda dengan 6 responden yang memilih setuju dan 41 responden lainnya memilih sangat setuju sebab menurut mereka bila hotel tersebut berada di lokasi yang strategis maka mereka dapat dengan mudah mengakses lokasi hotel dan akan sangat bagus lagi menurut mereka karena hotel berada dekat dengan pinggir jalan dan juga mudah bagi mereka ke pusat perbelanjaan disekitar hotel.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 50 responden dengan pertanyaan tentang tersedianya kendaraan di hotel. Ada 29 responden yang memilih setuju dan 21 responden sisanya memilih untuk sangat setuju mengenai hal tersebut. Dengan begitu mereka/pengunjung hotel yang kebetulan menginap disana dan tidak membawa kendaraan pribadi karena suatu hal dan lainnya dapat menggunakan fasilitas kendaraan yang disediakan oleh pihak hotel.

Berdasarkan hasil wawancara dari 50 responden yang diambil peneliti mengenai penampilan manajer (rapi dan sopan), 1 diantara responden memilih tidak setuju, 8 responden memilih untuk bersikap netral, sedangkan 39 responden lainnya mengatakan untuk setuju dan 2 responden sisanya memilih sangat setuju dengan pertanyaan tersebut sebab menurut mereka tidak cukup hanya karyawan/staff hotel lainnya saja yang perlu berpenampilan rapi tapi sebagai seorang manajer sudah seharusnya menjadi/memberikan contoh kepada karyawan bawahannya bagaimana cara berpenampilan menarik di depan pengunjung/tamu hotel.

4. Assurance (Jaminan)

Berdasarkan hasil wawancara dalam penelitian yang dilakukan terhadap 50 total responden yang diambil mengenai keamanan saat meninggalkan barang-barang di kamar hotel, 31 responden memilih setuju dan 19 responden lainnya memilih sangat setuju atas pertanyaan tersebut, sebab ketika tamu hotel perlu untuk keluar dan meninggalkan kamar mereka maka mereka memiliki harapan besar bahwa barang bawaan yang ditinggalkan disana tidak akan mengalami kerusakan atau bahkan hilang.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai kenyamanan hotel selalu terjaga/satpam, dari 50 responden 1 responden diantaranya memilih untuk bersikap netral, sedangkan 15 responden memilih untuk setuju dan 34 responden lainnya memilih sangat setuju dengan adanya satpam maka diharapkan keamanan di hotel terjaga dan agar meminimalisir adanya keributan yang sewaktu-waktu bisa saja terjadi.

5. Empathy (Empati)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 50 responden mengenai karyawan bersifat simpatik terhadap kesusahan tamu. Peneliti mendapatkan 11 responden memilih untuk netral mengenai hal tersebut. Sedangkan, 24 responden memilih setuju dan 15 responden lainnya memilih sangat setuju dengan demikian bila terdapat tamu hotel yang memiliki kesusahan, karyawan dapat memberikan atau mengajukan bantuan terhadap tamu hotel yang sedang kesulitan tadi.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai hal secara spontan menolong ketika melihat tamu membutuhkan pertolongan (menolong tanpa diminta) dari 50 responden terdapat 23 responden memilih setuju dan sisanya 27 responden memilih sangat setuju karena menurut mereka yang sebagai tamu, apabila diberikan bantuan spontanitas pada saat mengalami kesusahan itu suatu hal yang patut untuk diapresiasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terdapat 50 responden mengenai karyawan yang komunikatif dengan tamu, peneliti mendapatkan data 1 responden memilih untuk bersikap netral, sedangkan 29 responden memilih setuju dan 20 responden sisanya mengatakan sangat setuju dengan demikian karyawan akan memberikan informasi tentang hal apa saja yang diperlukan pada saat melakukan reservasi hotel fasilitas apa saja yang didapatkan dan hal apa saja yang tidak diperbolehkan untuk dibawa dan digunakan selama berada di hotel itu sendiri.

Tabel 1. Data Deskripsi Harapan Variabel Pelayanan**(N = 50)**

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan	-	-	-	32	18	50
2	Karyawan memberikan informasi yang diperlukan	-	-	1	15	34	50
Responsive (Daya Tanggap)							
1	Karyawan selalu tanggap dan peduli terhadap keinginan tamu	-	2	13	25	10	50
2	Resepsionis selalu berada di Lobby	1	2	25	8	14	50
Tangibles (Bukti Fisik)							
1	Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	-	1	11	35	3	50
2	Kondisi fasilitas pendukung (toilet) yang nyaman dan bersih	-	1	21	24	4	50
3	Tersedianya fasilitas dalam kamar hotel (Wifi, TV, AC, Kasur, Selimut)	-	1	8	41	-	50
4	Tempat parkir luas	-	-	-	32	18	50
5	Karyawan yang berpenampilan rapi dan menarik (rapi,sopan)	-	-	-	19	31	50
6	Lokasi hotel strategis	-	-	3	6	41	50
7	Tersedia kendaraan di hotel	-	-	-	29	21	50
8	Penampilan manager (Rapi, Sopan)	-	1	8	39	2	50
Assurance (Jaminan)							
1	Keamanan saat meninggalkan barang-barang di kamar hotel	-	-	-	31	19	50
2	Kenyamanan hotel selalu terjaga/satpam	-	-	1	15	34	50
Emphaty (Empati)							
1	Karyawan bersifat simpatik terhadap kesusahan tamu	-	-	11	24	15	50
2	Secara spontan menolong ketika melihat tamu membutuhkan pertolongan (menolong tanpa diminta)	-	-	-	23	27	50
3	Karyawan yang komunikatif dengan tamu	-	-	1	29	20	50
	Jumlah	1	8	103	427	311	850

Sumber : Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 50 responden, sebagian besar responden yaitu sebanyak 311 jawaban menyatakan sangat setuju terhadap item atau pernyataan dari variabel kualitas pelayanan. Dari tabel diatas juga diperoleh informasi bahwa terdapat 427 jawaban menyatakan Setuju, 103 jawaban menyatakan Netral, 8 jawaban menyatakan Tidak Setuju, dan 1 jawaban menyatakan Sangat Tidak Setuju terhadap pernyataan Harapan variabel kualitas pelayanan.

Tabel 2. Data Deskripsi Persepsi Variabel Kualitas Pelayanan**(N = 50)**

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan	-	-	-	32	18	50
2	Karyawan memberikan informasi yang diperlukan	-	-	2	13	35	50
Responsive (Daya Tanggap)							
1	Karyawan selalu tanggap dan peduli terhadap keinginan tamu	-	1	18	25	6	50
2	Resepsionis selalu berada di Lobby	-	1	6	39	4	50
Tangibles (Bukti Fisik)							
1	Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	-	-	-	20	3	50
2	Kondisi fasilitas pendukung (toilet) yang nyaman dan bersih	-	-	-	7	4	50
3	Tersedianya fasilitas dalam kamar hotel (Wifi, TV, AC, Kasur, Selimut)	-	-	3	30	-	50
4	Tempat parkir luas	-	1	-	40	18	50
5	Karyawan yang berpenampilan rapi dan menarik (rapi,sopan)	-	-	8	20	31	50
6	Lokasi hotel strategis	-	-	-	6	41	50
7	Tersedia kendaraan di hotel	-	-	1	31	18	50
8	Penampilan manager (Rapi, Sopan)	-	-	1	12	37	50
Assurance (Jaminan)							
1	Keamanan saat meninggalkan barang-barang di kamar hotel	-	-	-	22	28	50
2	Kenyamanan hotel selalu terjaga/satpam	-	-	1	29	20	50

Emphaty	(Empati)						
1	Karyawan bersifat simpatik terhadap kesusahan tamu	-	-	11	24	15	50
2	Secara spontan menolong ketika melihat tamu membutuhkan pertolongan (menolong tanpa diminta)	-	-	-	23	27	50
3	Karyawan yang komunikatif dengan tamu	-	-	1	29	20	50
	Jumlah	-	3	53	409	385	850

Sumber : Olahan Data (2023)

Berdasarkan keterangan Tabel 2. diatas diketahui bahwa dari 50 responden, sebagian besar responden yaitu sebanyak 385 jawaban menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan persepsi kualitas pelayanan. Dari tabel 4.2 diatas juga diperoleh informasi bahwa terdapat 409 jawaban menyatakan Setuju, 53 jawaban menyatakan Netral, 3 jawaban menyatakan Tidak Setuju terhadap pernyataan dari persepsi variabel kulitas pelayanan.

Tabel 3. Nilai Servqual Keseluruhan

Nilai Servqual Keseluruhan					
Atribut Dimensi	Harapan		Persepsi		GAP
	Nilai	Rata-rata	Nilai	Rata-rata	
Realibility (Kehandalan)					
K1	218	4,36	218	4,36	0
K2	233	4,66	233	4,66	0
TOTAL	451	9,02	451	9,02	0
Responsivenes (Daya Tanggap)					
DT1	193	3,86	186	3,72	-0,14
DT2	182	3,64	196	3,92	0,28
TOTAL	375	7,5	382	7,64	0,14
Tangibles (Bukti Fisik)					
BF1	191	3,82	230	4,6	0,78
BF2	182	3,64	237	4,74	1,1
BF3	190	3,8	220	4,4	0,6
BF4	218	4,36	191	3,82	-0,54
BF5	231	4,62	230	4,6	-0,02
BF6	238	4,76	217	4,34	-0,42
BF7	221	4,42	235	4,7	0,28
BF8	192	3,84	236	4,72	0,88
TOTAL	1.661	33,26	1.796	35,92	2,66
Assurance (Jaminan)					
J1	219	4,38	228	4,56	0,18
J2	233	4,66	219	4,38	-0,28
TOTAL	452	9,04	447	8,94	-0,1
Emphaty (Empati)					
E1	204	4,08	204	4,08	0
E2	227	4,54	227	4,54	0
E3	219	4,38	219	4,38	0
TOTAL	650	13	650	13	0

Sumber : Olahan Data (2023)

Dari hasil perhitungan skor gap servqual pada tabel 4.7 didapatkan hasil bahwa ke 17 atribut pelayanan diantaranya masih bernilai negatif yang artinya masih belum memuaskan konsumen.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Kualitas Pelayanan Semua Dimensi

Dimensi	Harapan	Persepsi	GAP	Q=P/H
Realibility (Kehandalan)	9,02	9,02	0	1
Responsivenes (Daya Tanggap)	7,5	7,64	0,14	1,01
Tangibles (Bukti Fisik)	33,26	35,92	2,66	1,07
Assurance (Jaminan)	9,04	8,94	-0,1	1
Emphaty (Empati)	13	13	0	1
Rata-rata	14,36	15	0,54	1,04

Sumber : Olahan data (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa semua dimensi mempunyai nilai ≥ 1 sehingga dari total dimensi didapat nilai rata-rata sebesar 1,04. Dengan demikian kualitas pelayanan di Hotel Biz Boulevard Manado bisa dikatakan baik.

Pembahasan

Hotel Biz Boulevard adalah sebuah perusahaan yang berada dalam industri hospitality yakni sektor bisnis yang berkaitan dengan penyambutan dan pelayanan tamu dengan keramah tamahan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dengan menggunakan metode servqual diantaranya *Realibility*, *Responsiveness*, *Tangibles*, *Assurance*, *Emphaty* dapat diketahui bahwa peningkatan kualitas pelayanan pada Hotel Biz Boulevard Manado harus terus dilakukan sehingga pelanggan tetap merasa aman dan nyaman dengan pelayanan yang disediakan oleh Hotel Biz Boulevard.

Hotel atau penginapan adalah salah satu bisnis yang sangat bergantung pada kualitas keramah tamahan ndalam menyambut tamu. Seorang tamu/pengunjung tentunya tidak akan datang kembali menggunakan jasa hotel atau penginapan tersebut apabila kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan pihak hotel kurang baik. Maka ini sejalan dengan pengertian kualitas pelayanan yang diungkapkan oleh Kasmir (2017, hlm.47) bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Dimana kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan pelanggan terpenuhi.

Dan juga sejalan dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji Servqual yang dimana memiliki 5 indikator yang terkait untuk mengukur kualitas pelayanan yang diterapkan dan diharapkan oleh pelanggan selama tamu berada dalam Hotel Biz Boulevard dalam menilai seberapa baik kualitas layanan yang didapatkan selama menggunakan jasa yang berada dalam Hotel Biz Boulevard kota Manado. Maka ini sesuai dengan pendapat Aga & Safakli (2007) mengatakan jika harapan pelanggan terhadap layanan lebih tinggi dibandingkan dengan layanan yang diterima, maka pelanggan akan merasa puas. Namun hal ini tidak menandakan jika pelayanan yang diberikan kurang berkualitas, tetapi lebih karena harapan pelanggan belum terpenuhi maka ketidakpuasan pelanggan terjadi. Sebagian besar definisi *service quality* berkumpul dititik pertemuan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Ueltschy & Krampf, 2001; Warraich, 2014). Rust & Oliver (1994) mendefinisikan kualitas sebagai kesan pelanggan terhadap layanan sebuah organisasi.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *service quality* yaitu *Responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Biz Boulevard kota Manado. Sejalan dengan Parasuraman (2005) *responsiveness* yaitu mencakup pada kemampuan perusahaan dalam menyampaikan informasi yang tepat kepada pelanggan ketika pelanggan sedang mengalami masalah dalam mengakses/menggunakan fasilitas yang ada dalam hotel Biz Boulevard, serta perusahaan mempunyai mekanisme untuk menangani dan memberikan jaminan atas masalah yang ditimbulkan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Hotel Biz Boulevard Manado dapat dikatakan baik. Namun demikian Hotel Biz Boulevard harus tetap melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan menjaganya supaya konsumen merasa nyaman dan besar kemungkinan akan melakukan kunjungan lagi dilain waktu.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, maka disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Hotel Biz Boulevard Manado agar supaya menjaga konsistensi dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang mumpuni sehingga tidak mengecewakan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aga, M., & Safakli, O. V. (2007). An Empirical Investigation of Service Quality and Customer Satisfaction in Professional Accounting Firms: Evidence from North Cyprus. *Problems and Perspectives in Management*, 5(3). Diakses tanggal 23 April 2022.

<https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/eakt/2018/jiunkpe-is-s1-2018-32414148-44014-service-references.pdf>.

- Agus Wijaya. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, Volume 02 Nomor 01 (Juni, 2018) 1- 16. Diakses tanggal 19 Mei 2021. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/1082>
- Akbar, N. B., & Handoyo, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Metode Servqual Dan Kano (Studi Kasus Wajib Pajak Pkb Di Kantor Bersama Samsat Gresik). *Juminten*, I(2), 57-68. Diakses 20 April 2020. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i2.30>
- Bonar Harahap, Luthfi Parindu dan An Ama Lailan Fitria. (2018). Analisis Pengendalian Kualitas Dengan Menggunakan Metode Six Sigma.
- Eva Zuraidah (2018) Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode Servqual (*Service Quality*). Vol. 5 No. 2 September 2018. <https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/PROSISKO/article/download/726/756/file:///C:/Users/Costumer/Downloads/726-Article%20Text-2513-1-10-20181122.pdf>. Diakses tanggal 24 April 2021
- Farminta, V., Mujiharjo, S., & Susena, K. C. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Industri Jasa Olah Raga Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analisis (IPA). *Jurnal Agro Industri*, 8013, 109–114. <https://ejournal.unib.ac.id/agroindustri/article/download/3964/pdf/87/7055>
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Bina Media.
- Heizer dan Render. (2014). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Heru W dan Tb. Absor (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*. Vol 1, No 2 (2017) <https://Jurnal.Poltekapp.Ac.Id/Index.Php/Jmil/Article/View/15>. Diakses tanggal 24 April 2021
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Parasuraman, A. et al. (2005). “A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality”. *Journal of Service Research*, Vol. 7, pp. 213–233. Diakses tanggal 9 Maret 2020. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1094670504271156>.
- Puspitasari. (2015). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pemahaman Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Pengusaha UMKM di KPP Pratama Senapelan). 2(2), 1–15. Diakses tanggal 25 April 2022. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/8172>.
- R. T. Rust and R. Oliver, Eds., *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage Publications, Thousand Oaks, 1994, pp. 241-268. <http://dx.doi.org/10.4135/9781452229102.n11>.
- Safrizal dan Noviara Aldanisa (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rsu Cut Meutia Kota Langsa Dengan Pendekatan Service Quality (Servqual). Vol 11 No 2 (2019) <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/1110>. Diakses tanggal 24 April 2021
- Setiawan, Dkk. (2017). *Statistika*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Sugijanto, & Surabagiarta, I. K. (2016). Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan Importance 86 87 Performance Analysis (IPA) (Studi Pada Rumah Makan

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunarti. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Sidoarjo”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51. No. 2. Diakses tanggal 24 April 2021. <https://repo.undiksha.ac.id/6385/8/1717041238-DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>.
- Ueltschy, L. C., & Krampf, R. F. (2001). *Cultural Sensitivity to Satisfaction and Service Quality Measures*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(3), 14–31. Diakses tanggal 14 Februari 2020
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10696679.2001.11501894>
- Wardani, D. K., & Rumiyaun, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15-24. Diakses tanggal 28 Agustus 2021.
<https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/253/257>.
- Wijaya, Tony. (2018), *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *OPSI*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>

