

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN HOTEL X DENGAN METODE SERVQUAL

**Bagus Angger Saputro<sup>1)</sup>**

1) Program Studi Teknik Mesin Institut Teknologi Indonesia

E-mail: [b.angersaputro@gmail.com](mailto:b.angersaputro@gmail.com)

### **Abstrak**

*Persaingan ketat dalam industri perhotelan menuntut peningkatan kualitas pelayanan guna menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan Hotel X dengan menggunakan metode SERVQUAL, yang mengukur lima dimensi kualitas layanan: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan hotel dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan seluruh dimensi memiliki nilai gap negatif, yang berarti harapan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi. Dimensi tangibles menunjukkan kesenjangan terbesar, menandakan perlunya peningkatan pada aspek fisik seperti kebersihan dan kenyamanan kamar. Sebaliknya, dimensi assurance memiliki kesenjangan terkecil dan kualitas layanan yang mendekati harapan pelanggan. Analisis diagram kartesius mengidentifikasi atribut "kondisi kamar" sebagai prioritas utama untuk perbaikan. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan mutu layanan dan memperkuat posisi kompetitif Hotel X.*

**Kata Kunci :** kepuasan pelanggan, kualitas layanan, SERVQUAL, hotel, gap analysis

### **Pendahuluan**

Industri perhotelan menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam era globalisasi, dimana kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan bisnis. Kualitas pelayanan berperan fundamental dalam menciptakan kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang berkualitas mampu menjangkau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan sehingga meminimalkan kemungkinan pelanggan beralih ke kompetitor [2]. Hotel X sebagai salah satu penyelenggara jasa akomodasi perlu melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap tingkat kepuasan pelanggannya untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan mempertahankan standar pelayanan yang optimal.

Pengukuran kepuasan pelanggan memerlukan instrumen yang valid dan reliabel untuk menghasilkan data yang akurat dan komprehensif. Metode Service Quality (ServQual) telah terbukti sebagai alat pengukuran yang efektif dalam mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, dengan mendasarkan pengukuran pada lima dimensi utama yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati) [2]. Implementasi metode ServQual memungkinkan identifikasi gap antara ekspektasi dan persepsi pelanggan, sehingga memberikan gambaran konkret mengenai aspek-aspek yang perlu ditingkatkan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode ServQual mampu menghasilkan nilai analisa yang ideal dengan mengukur dimensi kualitas pelayanan secara komprehensif [5]. Studi lain membuktikan efektivitas metode ini dalam mengukur tingkat kepuasan layanan pada berbagai sektor, termasuk layanan akademik yang menghasilkan tingkat kepuasan yang cenderung memuaskan pada sebagian besar dimensi yang diukur [1]. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan Hotel X menggunakan metode ServQual guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pelayanan yang ada.

### **Studi Pustaka**

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut [2], kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan merasa puas ketika layanan yang diterima sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan. Dalam sektor jasa seperti perhotelan, pelayanan yang berkualitas menjadi kunci utama untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Kualitas pelayanan yang baik akan membentuk citra positif perusahaan dan menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. [1] menyatakan bahwa layanan yang berkualitas akan mendorong kepuasan pelanggan, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menjadi penyebab utama hilangnya kepercayaan dan berpindahnya pelanggan ke kompetitor. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kualitas layanan harus dilakukan secara berkala agar perbaikan dapat dilakukan secara tepat sasaran.

Untuk mengukur kualitas pelayanan secara sistematis, metode SERVQUAL merupakan salah satu pendekatan yang banyak digunakan. SERVQUAL mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima, berdasarkan lima dimensi utama, yaitu: tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Tangibles mencakup penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan karyawan. Reliability mengukur kemampuan penyedia layanan dalam memberikan layanan secara konsisten dan akurat. Responsiveness mencerminkan kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan. Assurance berkaitan dengan pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan staf dalam menimbulkan rasa percaya. Sementara empathy menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan secara individual [3];[4].

Penilaian kualitas layanan dilakukan dengan menghitung nilai gap, yaitu selisih antara persepsi (P) dan harapan (H) pelanggan ( $Gap = P - H$ ). Gap bernilai negatif menunjukkan bahwa layanan belum memenuhi harapan pelanggan, sedangkan gap positif berarti pelayanan telah melampaui ekspektasi. [5] menjelaskan bahwa pendekatan ini sangat efektif dalam mengidentifikasi dimensi mana yang perlu menjadi prioritas perbaikan demi peningkatan mutu layanan secara menyeluruh.

### Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis kepuasan pelanggan Hotel X. Metode Service Quality (ServQual) diterapkan sebagai instrumen utama pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas layanan yang telah terstandarisasi. Populasi penelitian adalah seluruh tamu yang menginap di Hotel X dalam periode tertentu, dengan teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang mengukur persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap lima dimensi ServQual. Setiap dimensi dijabarkan dalam beberapa indikator yang diukur menggunakan skala Likert 1-5 untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik. Pengumpulan data dilakukan melalui survei langsung kepada responden yang telah menggunakan fasilitas hotel, mengikuti metode pengukuran tingkat kepuasan secara langsung yang terbukti efektif dalam penelitian sejenis [1].

Analisis data menggunakan perhitungan gap score antara skor persepsi dan ekspektasi untuk setiap dimensi ServQual. Gap score negatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum memenuhi ekspektasi pelanggan, sedangkan gap score positif mengindikasikan pelayanan telah melampaui ekspektasi. Hasil analisis akan mengidentifikasi dimensi-dimensi yang memerlukan prioritas perbaikan serta dimensi yang sudah memuaskan pelanggan, sehingga memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan kualitas pelayanan hotel.

### Hasil dan Pembahasan

Penelitian menggunakan model SERVQUAL menghasilkan skor kepentingan (harapan), kepuasan (persepsi), gap (perbedaan P-H), dan kualitas layanan ( $Q=P/H$ ) untuk masing-masing dimensi. Tabel 1 merangkum nilai rata-rata untuk setiap dimensi (Bukti Fisik/Tangible, Kehandalan/Reliability, Daya Tanggap/Responsiveness, Jaminan/Assurance, dan Empati/Empathy). Semua skor gap bernilai negatif, artinya tingkat kepuasan pelanggan belum mencapai harapan ( $P < H$ ). Khususnya, dimensi Tangibles memiliki gap terbesar (-0,735) sedangkan Assurance terkecil (-0,140). Nilai Q pada setiap dimensi di bawah 1 (rata-rata  $Q=0,857$ ), yang menunjukkan mutu layanan belum optimal dan perlu perbaikan.

**Tabel 1. Hasil Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

| Dimensi        | Kepentingan (H) | Kepuasan (P) | Gap (P-H) | Kualitas (Q=P/H) |
|----------------|-----------------|--------------|-----------|------------------|
| Tangibles      | 3,800           | 3,065        | -0,735    | 0,806            |
| Reliability    | 4,040           | 3,340        | -0,700    | 0,826            |
| Responsiveness | 3,930           | 3,340        | -0,590    | 0,850            |
| Assurance      | 3,860           | 3,720        | -0,140    | 0,964            |
| Empathy        | 4,060           | 3,430        | -0,687    | 0,833            |

Dari tabel 1 dapat diketahui rata-rata kepentingan (H), kepuasan (P), gap, dan kualitas (Q) per dimensi SERVQUAL. Angka-angka menunjukkan bahwa dimensi Empati paling tinggi harapannya ( $H=4,060$ ), sedangkan Bukti Fisik terendah ( $H=3,800$ ). Sebaliknya, kepuasan tertinggi terdapat pada dimensi Jaminan ( $P=3,720$ ) dan terendah pada Bukti Fisik ( $P=3,065$ ).

Interpretasi per-dimensi: Rata-rata kepentingan dimensi Empati (4,06) lebih tinggi dibanding dimensi lain, menandakan pelanggan sangat menghargai perhatian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan mereka. Sebaliknya, aspek fisik hotel (penampilan bangunan/fasilitas) dinilai kurang krusial oleh responden. Dari sisi kepuasan, nilai terendah (3,065) pada Tangibles mengindikasikan fasilitas kamar (kebersihan, kenyamanan, fasilitas dalam kamar) masih jauh di bawah harapan. Sebaliknya, dimensi Assurance (terutama keberadaan security/satpam yang dapat dipercaya) mendapat kepuasan mendekati harapan ( $P=3,72$ ). Seluruh nilai gap negatif menandakan tiap dimensi membutuhkan peningkatan. Urutan gap terbesar hingga terkecil adalah Tangibles ( $-0,735$ ), Reliability ( $-0,700$ ), Empathy ( $-0,687$ ), Responsiveness ( $-0,590$ ), dan Assurance ( $-0,140$ ), yang menegaskan bahwa aspek fisiklah penyebab kesenjangan terbesar.

Kualitas Layanan (Q): Hasil perhitungan  $Q=P/H$  menunjukkan semua Q. Nilai terendah pada dimensi Tangibles ( $Q=0,806$ ) dan tertinggi pada Assurance ( $Q=0,964$ ). Fakta  $Q<1$  pada semua dimensi berarti persepsi kepuasan pelanggan lebih rendah daripada harapan, sehingga mutu layanan secara keseluruhan masih belum memuaskan. Meski demikian, nilai Assurance mendekati 1, menunjukkan dimensi ini hampir memenuhi ekspektasi pelanggan. Faktor bukti fisik (misalnya kondisi kamar dan fasilitas pendukung) perlu mendapat perhatian lebih karena memberikan kontribusi gap terbesar.

Diagram Kartesius – Prioritas Perbaikan: Analisis kuadran digunakan untuk menentukan atribut layanan mana yang menjadi prioritas perbaikan. Kuadran I (kepentingan tinggi, kepuasan rendah) berisi atribut kritis yang perlu diperbaiki. Dari hasil diagram kartesius, hanya terdapat satu atribut di kuadran I, yaitu “keadaan kamar hotel (bersih, nyaman, luas)”. Ini berarti kondisi kamar dinilai sangat penting oleh pelanggan namun saat ini belum memuaskan, sehingga menjadi prioritas utama (penelitian menyarankan proyek renovasi kamar). Sebaliknya, beberapa atribut masuk kuadran IV (kepentingan rendah – kepuasan tinggi) yang dianggap berlebihan oleh pelanggan. Contoh atribut di kuadran IV antara lain:

- Fasilitas dalam kamar (TV, AC, kasur, selimut, WIFI);
- Penampilan karyawan (rapi, sopan, seragam formal);
- Keberadaan petugas keamanan (satpam);
- Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik.

Atribut-atribut ini mendapat skor kepuasan tinggi meski kepentingannya relatif rendah, sehingga sumber daya di area tersebut bisa dialihkan atau dikurangi tanpa mengurangi kepuasan pelanggan.

Sebaliknya, kuadran II (tinggi-tinggi) memuat atribut penting yang juga sudah memuaskan, yang berarti layanan di area tersebut sudah baik dan perlu dipertahankan. Kuadran III (rendah-rendah) berisi atribut kurang penting dengan kepuasan rendah, yang menandakan area tersebut bukan prioritas tinggi. Dengan demikian, hasil diagram kartesius membantu menyoroti bahwa fokus utama perbaikan adalah keadaan kamar (kuadran I), sementara fasilitas dan layanan yang sudah disukai pelanggan dapat dievaluasi ulang agar tidak terjadi pemborosan layanan.

**Kesimpulan**

Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa Hotel X perlu memperbaiki beberapa aspek layanan demi menutup gap terbesar. Dimensi Empati menjadi keunggulan utama harapan pelanggan, namun aspek fisik (Tangible) masih tertinggal baik dari harapan maupun aspek lain. Diagram Kartesius mempertegas bahwa peningkatan kondisi kamar harus menjadi prioritas. Sementara itu, perhatian terhadap elemen Assurance perlu dipertahankan karena skor kualitasnya sudah mendekati ideal. Semua temuan di atas mendukung rekomendasi peningkatan terarah untuk meningkatkan kualitas layanan hotel secara keseluruhan.

**Daftar Pustaka**

- [1] Adhiani B. Pengukuran Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Bidang Akademik Politeknik Negeri Semarang. *Jurnal Akrual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*; 1(1). 2018.
- [2] Wibowo S, Mufliah N. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual di Sanjaya Fitnes Jombang. *Jurnal Penelitian Bidang Inovasi & Pengelolaan Industri*; 1(2):61–68. 2022.
- [3] Prananda Y, Lucitasari DR, Khannan MSA. Penerapan metode service quality (servqual) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *Opsi*; 12(1):1–11. 2019.
- [4] Lubis FS, Rahima AP, Umam MIH, Rizki M. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*; 17(1):25–31. 2019.
- [5] Awaludin M, Mantik H, Fadillah F. Penerapan metode servqual pada skala likert untuk mendapatkan kualitas pelayanan kepuasan pelanggan. *JSI (Jurnal Sistem Informasi)* Universitas Suryadarma; 10(1):89–106. 2023.