

PERSEPSI TAMU TERHADAP KUALITAS PELAYANAN HOTEL: STUDI KUALITATIF MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DI HOTEL HARPER KUPANG

Linda Marlince Taka^{1*}, Habel Ada Koinmanas¹, Moshe Markhasi Rupilu¹

¹Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Bisnis dan Pariwisata, Universitas Citra Bangsa

*Email Corresponding Author: lyndataka2709@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan faktor strategis dalam industri perhotelan yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan, loyalitas, dan citra destinasi wisata. Hotel Harper Kupang, sebagai hotel berbintang yang beroperasi di wilayah Indonesia Timur, menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi tamu yang semakin kompleks, khususnya pascapandemi dan dalam konteks persaingan industri hospitality yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan Hotel Harper Kupang secara mendalam menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka SERVQUAL. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap 15 informan yang dipilih secara purposive, yang terdiri atas tamu bisnis dan tamu wisata. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi kesenjangan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan pada lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *tangibles* dan *assurance* dinilai relatif baik, sedangkan dimensi *responsiveness* dan *empathy* masih menunjukkan kesenjangan yang signifikan, terutama terkait kecepatan layanan, konsistensi sikap pelayanan, dan personalisasi interaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh standar operasional, tetapi juga oleh kompetensi interpersonal dan sensitivitas karyawan terhadap kebutuhan tamu. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi SERVQUAL dalam konteks kualitatif serta memperkaya literatur mengenai persepsi layanan hotel di wilayah pariwisata marjinal. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen hotel dan pembuat kebijakan pariwisata daerah untuk meningkatkan kualitas layanan berbasis pengalaman tamu.

Kata kunci: hotel berbintang; kualitas pelayanan; Kupang; persepsi tamu; SERVQUAL; studi kualitatif.

ABSTRACT

Service quality is a strategic factor in the hotel industry, as it directly influences guest satisfaction, loyalty, and destination image. Harper Kupang Hotel, a star-rated hotel operating in Eastern Indonesia, faces increasing challenges in meeting increasingly complex guest expectations, particularly in the post-pandemic period and amid intensified competition in the hospitality industry. This study aims to examine guest perceptions of service quality at Harper Kupang Hotel through an in-depth qualitative approach using the SERVQUAL framework. The research employed a qualitative case study design, with data collected through in-depth interviews with 15 purposively selected informants, comprising business and leisure guests. Data were analyzed using thematic analysis to identify gaps between expected and perceived service quality across the five SERVQUAL dimensions: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *empathy*. The findings indicate that the *tangibles* and *assurance* dimensions are perceived relatively positively. At the same time, significant gaps remain in the *responsiveness* and *empathy* dimensions, particularly regarding service speed, consistency of service attitudes, and personalization of guest interactions. These results suggest that operational standards do not solely determine service quality but are strongly influenced by employees' interpersonal competencies and their sensitivity to guest needs. Theoretically, this study reinforces the relevance of SERVQUAL within a qualitative research context and contributes to the literature on hotel service perceptions in marginal tourism regions. In practical terms, the findings offer strategic recommendations for hotel management and regional tourism.

Keywords: guest perceptions; qualitative study; service quality; SERVQUAL; star-rated hotel; Kupang.

History Article

Submitted 19 May 2026 | Revised 9 June 2026 | Accepted 10 June 2026

License and Copyright

Attribution-NonCommercial-ShareAlike
International CC BY-NC-SA 4.0

4.0



Website

<https://journal.bukitpengharapan.ac.id/index.php/JUPARITA/index>

Email

juparita@bukitpengharapan.ac.id

1. PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan bagian strategis dari sektor pariwisata yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing destinasi wisata dalam konteks global. Dalam era persaingan jasa yang semakin ketat, hotel dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang unggul dan berorientasi pada pengalaman tamu secara menyeluruh. Karena sifat jasa yang tidak berwujud, heterogen, tidak dapat dipisahkan dari penyedia, dan tidak dapat disimpan, kualitas pelayanan menjadi variabel krusial dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pemikiran ini sejalan dengan Expectation–Disconfirmation Theory yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan awal dan kinerja layanan yang dirasakan tamu, sehingga setiap kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pengalaman akan memengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas layanan.

Secara teoritis, model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry telah menjadi kerangka kerja klasik untuk menilai kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi utama: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), yang mencerminkan komponen-komponen pelayanan jasa yang esensial dalam konteks perhotelan. Model ini menekankan pentingnya mengidentifikasi gap antara harapan dan persepsi pelanggan sebagai indikator kualitas layanan yang sesungguhnya. SERVQUAL telah banyak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian jasa, termasuk di sektor hospitality, karena kemampuannya menjelaskan persepsi tamu secara sistematis melalui kelima dimensi tersebut. Studi bibliometrik terbaru juga menunjukkan bahwa model SERVQUAL tetap menjadi kerangka yang dominan dalam penelitian kualitas layanan di industri perhotelan dan menjadi dasar bagi pengembangan penelitian di masa depan, meskipun sebagian besar studi bersifat kuantitatif.

Idealnya, hotel mampu menyelaraskan seluruh dimensi SERVQUAL pada setiap tahapan pelayanan, mulai dari reservasi, proses check-in, pelayanan kamar, layanan front office, hingga proses check-out. Service-Dominant Logic menambahkan bahwa nilai layanan diciptakan melalui interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan, bukan sekadar fasilitas fisik atau elemen teknis dalam layanan. Oleh karena itu, kualitas layanan harus dipahami sebagai proses ko-kreasi nilai yang secara langsung dialami tamu dalam konteks pelayanan perhotelan. Ini berarti bahwa kualitas layanan tidak hanya mencakup atribut yang mudah diukur secara kuantitatif, tetapi juga pengalaman relasional dan kontekstual yang membentuk persepsi tamu secara subjektif.

Temuan-temuan empiris dari literatur akademik periode 2020–2025 menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu, kontribusi setiap dimensi SERVQUAL sering kali tidak seimbang. Misalnya, penelitian di Aston Batam Hotel & Residence di Indonesia menemukan bahwa persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, dengan responsivitas dan jaminan sebagai dimensi dominan dalam menjelaskan varians kualitas layanan yang dirasakan oleh tamu. Studi lain di ranah perhotelan global juga menegaskan bahwa dimensi seperti empati dan keandalan secara konsisten menjadi penentu penting dalam persepsi tamu terhadap kualitas layanan, sementara dimensi bukti fisik sering kali kurang dominan dibandingkan dimensi interaksional dalam konteks penilaian kualitas layanan hotel.

Namun, sebagian besar penelitian di atas mengadopsi pendekatan kuantitatif berbasis survei untuk mengukur hubungan antara kualitas pelayanan dan variabel seperti kepuasan atau loyalitas tamu, dengan menggunakan skala Likert dan analisis statistik sebagai metode utama. Walaupun pendekatan ini efektif dalam memetakan korelasi antara variabel-variabel tersebut, pendekatan kuantitatif memiliki keterbatasan dalam menggali makna subjektif pengalaman tamu dan konteks spesifik yang melatarbelakangi persepsi mereka, yang sering kali tidak sepenuhnya terungkap melalui data numerik. Misalnya, penelitian di hotel berbintang empat di Padang menunjukkan dinamika persepsi tamu terhadap pelayanan dan harga dalam konteks loyalitas tamu, tetapi kurang mengeksplorasi secara mendalam alasan di balik persepsi tersebut dalam narasi pengalaman tamu.

Pendekatan kualitatif menjadi penting untuk melengkapi pemahaman tersebut karena mampu menangkap dimensi emosional dan kontekstual dari pengalaman tamu yang sering kali tidak terdeteksi melalui instrumen kuantitatif. Penelitian kualitatif dapat membuka wawasan baru tentang bagaimana tamu memaknai setiap dimensi SERVQUAL dalam pengalaman menginap mereka, serta mengidentifikasi faktor-faktor lain yang memengaruhi persepsi seperti budaya lokal, karakteristik wisatawan, dan interaksi sosial yang terjadi selama pelayanan. Beberapa studi kualitatif di bidang perhotelan menunjukkan bahwa dimensi empati dan responsivitas staf, komunikasi interpersonal, serta kepekaan terhadap kebutuhan individu sering menjadi determinan utama dalam pembentukan pengalaman layanan tamu yang memuaskan, tetapi temuan-temuan ini masih belum banyak dieksplorasi dalam konteks hotel di Indonesia.

Hotel Harper Kupang sebagai objek penelitian memiliki relevansi empiris yang kuat untuk diteliti secara mendalam melalui pendekatan kualitatif. Kota Kupang sebagai pintu gerbang pariwisata di Nusa Tenggara Timur menunjukkan dinamika layanan yang berbeda dibandingkan dengan pusat-pusat pariwisata utama lainnya di Indonesia, terutama dalam menghadapi ekspektasi tamu yang semakin tinggi pascapandemi COVID-19. Tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan fasilitas, serta kebutuhan untuk mempertahankan konsistensi layanan menjadi isu yang semakin mendesak. Hal ini membuka peluang untuk mengeksplorasi bagaimana tamu memaknai kualitas layanan yang mereka terima serta kesenjangan apa saja yang muncul antara harapan dan pengalaman aktual di tingkat layanan hotel tersebut. Research gap yang menjadi fokus penelitian ini adalah kurangnya kajian kualitatif yang sistematis berdasarkan model SERVQUAL untuk memahami persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan hotel, khususnya di wilayah Indonesia Timur, serta keterbatasan penelitian kuantitatif sebelumnya dalam menggali narasi pengalaman tamu secara mendalam. Penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan menempatkan pengalaman tamu sebagai pusat analisis, sehingga dapat menghasilkan pemahaman kontekstual terkait gap layanan yang mungkin tidak terdeteksi melalui pendekatan kuantitatif semata.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan Hotel Harper Kupang melalui pendekatan studi kualitatif dengan menggunakan kerangka SERVQUAL, mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan pengalaman layanan dari sudut pandang tamu, serta memahami faktor kontekstual yang memengaruhi persepsi mereka. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur kualitas pelayanan melalui pendekatan kualitatif dalam konteks model SERVQUAL, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen jasa dan perhotelan di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih responsif dan sesuai dengan ekspektasi tamu, sehingga dapat memperkuat daya saing dan loyalitas pelanggan di industri perhotelan yang semakin kompetitif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Kualitas pelayanan merupakan konsep utama dalam industri jasa, khususnya perhotelan, karena berkaitan langsung dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui kinerja layanan yang diberikan. Dalam konteks perhotelan, kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses interaksi antara karyawan dan tamu selama pengalaman menginap.

Salah satu model yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). SERVQUAL pada dasarnya mengukur kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Semakin kecil gap yang terjadi, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan.

Dalam pendekatan kualitatif, SERVQUAL tidak hanya digunakan sebagai alat ukur numerik, tetapi juga sebagai kerangka analisis untuk memahami pengalaman dan persepsi pelanggan secara lebih mendalam. Menurut Tjiptono (2019), kualitas pelayanan dalam perspektif kualitatif menekankan interpretasi subjektif pelanggan terhadap layanan yang diterima, sehingga memungkinkan peneliti menggali makna di balik kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan.

Selain itu, teori kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kepuasan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan (Oliver, 2014). Apabila kinerja pelayanan lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila pelayanan melebihi harapan, maka akan tercipta kepuasan bahkan loyalitas pelanggan. Konsep ini relevan dengan model SERVQUAL yang menekankan analisis kesenjangan dalam pelayanan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji kualitas pelayanan hotel menggunakan metode SERVQUAL. Penelitian oleh Pratama (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan hotel berbintang di Bali secara umum sudah baik, namun masih terdapat kesenjangan pada dimensi responsivitas dan empati. Kelebihan penelitian ini terletak pada penggunaan instrumen SERVQUAL yang terukur serta analisis kuantitatif yang sistematis. Namun, kelemahannya adalah kurangnya eksplorasi terhadap pengalaman subjektif tamu yang menyebabkan munculnya kesenjangan tersebut.

Selanjutnya, penelitian oleh Sari dan Nugroho (2021) yang dilakukan di hotel di kota besar menunjukkan bahwa dimensi reliability dan assurance menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan tamu. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi dimensi prioritas pelayanan, namun masih terbatas pada pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menjelaskan secara mendalam alasan di balik persepsi tamu.

Penelitian lain oleh Rahmawati (2022) menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis kualitas pelayanan hotel, namun tidak secara spesifik menggunakan kerangka SERVQUAL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi personal antara karyawan dan tamu merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang positif. Kelebihan penelitian ini adalah kemampuannya menggali pengalaman tamu secara mendalam, tetapi kelemahannya adalah tidak adanya kerangka analisis yang sistematis seperti SERVQUAL.

2.3. Gap Penelitian

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesenjangan (gap) yang dapat diidentifikasi. Pertama, sebagian besar penelitian mengenai kualitas pelayanan hotel masih menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga kurang menggali pengalaman subjektif tamu secara mendalam. Kedua, penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif umumnya belum mengintegrasikan metode SERVQUAL sebagai kerangka analisis yang sistematis. Ketiga, penelitian mengenai kualitas pelayanan hotel di wilayah Indonesia Timur, khususnya Kota Kupang, masih sangat terbatas, sehingga belum mencerminkan kondisi nyata di daerah berkembang.

2.4. Posisi dan Kontribusi Penelitian

Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini berupaya mengembangkan kajian sebelumnya dengan mengombinasikan pendekatan kualitatif dan metode SERVQUAL untuk menganalisis persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan Hotel Harper Kupang. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang bermasalah, tetapi juga menggali pengalaman dan makna di balik persepsi tamu terhadap pelayanan yang diberikan.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai penerapan SERVQUAL dalam pendekatan kualitatif. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar

bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan tamu

3. METODE

Metode penelitian dalam studi ini dirancang untuk menjawab rumusan masalah secara mendalam dan kontekstual dengan menempatkan persepsi tamu sebagai pusat analisis. Mengingat tujuan penelitian adalah memahami bagaimana tamu memaknai kualitas pelayanan hotel berdasarkan dimensi SERVQUAL serta mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan pengalaman layanan, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna subjektif, pengalaman, dan interpretasi individu terhadap fenomena sosial secara komprehensif yang tidak dapat dicapai secara optimal melalui pendekatan kuantitatif berbasis pengukuran numerik (Creswell & Poth, 2018). Dalam konteks kualitas pelayanan hotel, persepsi tamu merupakan konstruksi subjektif yang dibentuk oleh interaksi, situasi, dan pengalaman layanan, sehingga memerlukan pendekatan interpretatif untuk memahami realitas tersebut secara utuh.

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif dengan fokus pada satu unit analisis, yaitu Hotel Harper Kupang. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti melakukan eksplorasi mendalam terhadap fenomena kualitas pelayanan dalam konteks nyata dan spesifik, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak dapat dipisahkan secara jelas (Yin, 2018). Pemilihan Hotel Harper Kupang sebagai kasus tunggal didasarkan pada posisinya sebagai hotel berbintang yang beroperasi di wilayah Indonesia Timur dengan dinamika pelayanan dan karakteristik tamu yang beragam, sehingga relevan untuk menggambarkan fenomena kualitas pelayanan secara kontekstual.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan Hotel Harper Kupang, mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan pengalaman layanan, serta memahami faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi persepsi tersebut. Populasi konseptual penelitian ini adalah seluruh tamu yang pernah menginap di Hotel Harper Kupang. Namun, sejalan dengan paradigma penelitian kualitatif, populasi tidak dipahami sebagai dasar generalisasi statistik, melainkan sebagai sumber pengalaman sosial yang relevan dengan fenomena yang diteliti (Miles et al., 2020).

Partisipan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah 15 informan utama. Jumlah ini dipandang memadai secara metodologis untuk penelitian kualitatif studi kasus karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman tamu sekaligus mencapai kejenuhan data (*data saturation*). Beberapa studi metodologis menyatakan bahwa saturasi data dalam wawancara mendalam umumnya tercapai pada kisaran 12–20 informan, tergantung pada homogenitas pengalaman dan fokus penelitian (Guest et al., 2020). Dalam penelitian ini, 15 informan dipilih karena telah memenuhi prinsip kecukupan informasi, di mana pola persepsi dan tema-tema utama terkait kualitas pelayanan mulai berulang dan tidak menghasilkan temuan substantif baru.

Kriteria pemilihan informan meliputi: (1) tamu yang telah menginap minimal satu malam di Hotel Harper Kupang, (2) tamu yang telah menggunakan lebih dari satu jenis layanan hotel, seperti front office, housekeeping, dan/atau food and beverage, serta (3) tamu yang bersedia memberikan informasi secara reflektif dan mendalam mengenai pengalaman menginapnya. Pemilihan informan dengan kriteria tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar merepresentasikan pengalaman layanan hotel secara utuh dan relevan dengan kerangka SERVQUAL.

Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap 15 informan. Wawancara dilakukan secara langsung dan direkam dengan persetujuan informan untuk menjaga akurasi data. Panduan wawancara disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, namun dirancang secara fleksibel sehingga memungkinkan munculnya isu-isu baru di luar kerangka awal. Teknik ini dipilih karena mampu menggali pengalaman subjektif dan makna yang dibangun tamu terhadap layanan hotel secara mendalam (Kvale & Brinkmann, 2015).

Untuk memperkuat validitas data, wawancara dilengkapi dengan observasi nonpartisipan terbatas terhadap proses pelayanan hotel serta telaah dokumen pendukung seperti standar operasional prosedur dan ulasan tamu di platform daring.

Model penelitian dalam studi ini menggunakan SERVQUAL sebagai kerangka konseptual analitis, bukan sebagai instrumen pengukuran kuantitatif. SERVQUAL digunakan untuk mengkategorikan dan menafsirkan pengalaman tamu berdasarkan dimensi kualitas pelayanan, sehingga memungkinkan analisis yang sistematis namun tetap kontekstual. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa SERVQUAL dapat diadaptasi secara fleksibel dalam penelitian kualitatif untuk memahami pengalaman layanan secara mendalam dan bermakna (Buttle, 1996; Seth et al., 2022).

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik dengan pendekatan induktif-deduktif. Data wawancara dari 15 informan ditranskripsi secara verbatim, kemudian dianalisis melalui proses pengkodean terbuka, pengelompokan kode, dan pembentukan tema-tema utama yang merepresentasikan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan. Pendekatan deduktif digunakan untuk mengaitkan tema-tema tersebut dengan dimensi SERVQUAL, sementara pendekatan induktif memungkinkan munculnya tema kontekstual di luar kerangka awal. Analisis tematik dipilih karena kemampuannya mengungkap pola makna secara sistematis dan transparan dalam data kualitatif (Braun & Clarke, 2021).

Dengan jumlah informan yang memadai dan teknik analisis yang konsisten dengan tujuan penelitian, metode ini dinilai paling tepat untuk menjawab rumusan masalah secara lebih mendalam. Pendekatan ini memungkinkan pengungkapan kesenjangan layanan dari sudut pandang tamu, sekaligus memberikan pemahaman kontekstual yang tidak dapat dicapai melalui pendekatan kuantitatif. Konsistensi antara tujuan penelitian, jumlah informan, desain studi, teknik pengumpulan data, dan analisis memastikan bahwa temuan penelitian memiliki validitas ilmiah, relevansi praktis, serta kontribusi teoritis yang signifikan bagi kajian kualitas pelayanan hotel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data wawancara dari 15 informan menghasilkan temuan empiris yang terstruktur menurut lima dimensi SERVQUAL: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Temuan ini tidak berdiri sendiri, melainkan dipahami melalui lensa *Expectation–Disconfirmation Theory*, di mana pengalaman tamu dievaluasi berdasarkan perbandingan antara harapan pra-penginapan dan realitas pengalaman layanan mereka. Temuan juga dibahas dengan merujuk pada penelitian-penelitian empiris di Indonesia yang relevan pada periode 2020–2025.

4.1 Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*)

Informan umumnya menilai bahwa aspek bukti fisik Hotel Harper Kupang, seperti fasilitas kamar, kebersihan ruang umum, serta estetika interior, cenderung sesuai dengan harapan, tetapi belum mencapai ekspektasi tamu. Banyak tamu menyatakan bahwa mereka mengharapkan atmosfer fisik yang lebih mencerminkan ciri khas budaya NTT dan terawat rapi, terutama di area koridor serta fasilitas tambahan seperti gym atau ruang santai. Temuan ini konsisten dengan penelitian kualitatif lainnya yang mengeksplorasi dimensi fisik layanan, di mana aspek bukti fisik sering memberikan kesan pertama yang kuat, tetapi tidak secara otomatis menghasilkan kepuasan yang tinggi tanpa dukungan kualitas layanan interpersonal (IJSRM, 2025).

Studi Kusumaningrum (et al., 2020) juga menunjukkan bahwa gentrifikasi di Kampung Paseban, Jakarta, berdampak fisik dan sosial. Pertama, munculnya kos-kosan eksklusif untuk migran kelas menengah menciptakan dualisme ruang, sehingga penduduk asli (suku Betawi) terpinggirkan. Sebagian pindah ke pinggiran Jakarta (Cilandak, Cijantung, dan Kota Depok), sementara yang lain tetap tinggal di gang sempit. Kedua, perubahan demografi akibat migrasi dari "perkotaan" dan "pedesaan" meningkatkan keragaman, tetapi juga mengurangi interaksi sosial antara pendatang dan pribumi karena hunian yang eksklusif dan tertutup.

Hasil dan pembahasan berisi temuan penelitian serta pembahasan. Tuliskan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta sertakan data pendukung yang memadai. Hasil penelitian dan temuan harus mampu menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian di bagian pendahuluan.



Gambar 1. Area Lobby Hotel Harper
Sumber: Pribadi Peneliti, 2025

Secara teoritis, bukti fisik merupakan representasi konkret dari janji layanan yang dimiliki hotel dalam ekspektasi tamu. Ketika fasilitas fisik tidak dirasakan melebihi standar, pengalaman layanan cenderung stagnan daripada positif ekstrem sesuai dengan *Expectations–Disconfirmation Theory*. Kondisi ini menjelaskan mengapa tamu mungkin puas secara moderat terhadap fasilitas fisik, namun tidak merekomendasikan hotel hanya berdasarkan kesan estetika semata. Oleh karena itu, penekanan perbaikan pada dimensi ini perlu diperkuat dengan layanan tambahan atau penataan ulang fasilitas untuk menimbulkan *disconfirmation* positif.

Temuan ini juga sejalan dengan studi di Hotel Biz Boulevard Manado yang menemukan gap negatif pada dimensi bukti fisik, yang menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia belum secara konsisten memenuhi ekspektasi tamu. Perbedaan konteks harapan tamu yang datang ke Kupang, yang sering kali mengharapkan pengalaman estetika lokal yang berpadu dengan modernitas, menambah kompleksitas persepsi terhadap bukti fisik dibandingkan dengan hotel di kota besar seperti Manado.

4.2 Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Analisis naratif memperlihatkan bahwa tamu secara umum menganggap layanan yang dijanjikan oleh hotel dapat diandalkan, terutama terkait ketepatan waktu layanan kamar dan penyelesaian permintaan rutin seperti penggantian handuk dan pembersihan kamar. Namun, ada sejumlah kasus di mana layanan janji tidak konsisten, misalnya keterlambatan layanan kamar atau informasi yang kurang tepat saat tamu menanyakan fasilitas tertentu.

Temuan ini menunjukkan adanya *disconfirmation* negatif pada sebagian tamu, di mana harapan akan layanan yang selalu tepat waktu tidak terpenuhi secara konsisten. Secara teori, *reliability* atau keandalan mencerminkan kemampuan hotel untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten. Ketika hotel gagal memenuhi harapan tersebut, tamu menilai kualitas layanan berdasarkan ketidaksesuaian tersebut. Dalam konteks penelitian ini, pola ketidaksesuaian tersebut cenderung muncul pada situasi layanan non-rutin atau *peak time*, yang menunjukkan bahwa beban operasional dan kapasitas layanan memengaruhi persepsi *reliabilitas*.



Gambar 2. Kamar Hotel Harper
Sumber: Pribadi Peneliti, 2025

Temuan ini berbeda dengan penelitian kuantitatif di Aston Batam Hotel & Residence yang menemukan bahwa dimensi *responsiveness* dan *assurance* lebih dominan secara statistik dalam menjelaskan variasi kualitas layanan secara numerik. Perbedaan ini menunjukkan bahwa dalam konteks kualitatif, persepsi *reliability* memunculkan narasi terkait pengalaman kontekstual yang tidak selalu terekam dalam skor kuantitatif, sehingga penting untuk menggabungkan pendekatan naratif guna menangkap detail pengalaman *reliability*.

4.3 Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsivitas atau kesiapan staf menjadi temuan yang sangat dominan dalam narasi tamu. Sebagian besar informan memuji karyawan yang cepat merespons permintaan, misalnya permintaan tambahan air minum, permintaan *late check-out*, atau perubahan kamar atas alasan tertentu. Kecepatan respons ini tidak hanya dipandang sebagai aspek teknis layanan, tetapi juga mencerminkan perhatian personal dan komitmen terhadap para tamu. Hal ini konsisten dengan ranah literatur yang menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* sering menjadi prediktor penting kepuasan tamu, baik dalam penelitian kuantitatif maupun kualitatif. Studi kualitatif di restoran Palm menunjukkan bahwa peran responsivitas dalam menciptakan pengalaman positif sering kali ditandai dengan respons yang cepat terhadap kebutuhan individual tamu.

Narasi tamu mengungkap bahwa responsivitas menjadi kunci dalam pengalaman layanan yang dirasakan “lebih dari sekadar layanan standar.” Dalam kerangka *Expectation–Disconfirmation Theory*, responsivitas yang melebihi harapan tamu menghasilkan *disconfirmation* positif yang kuat yang pada gilirannya mendongkrak persepsi keseluruhan terhadap kualitas layanan. Pembahasan ini menunjukkan bahwa kemampuan staf untuk cepat tanggap merupakan indikator kualitas layanan yang bernilai emosional, bukan sekadar aspek teknis operasional.

4.4 Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Dimensi jaminan berhubungan dengan kompetensi staf, rasa aman yang dirasakan tamu, serta kemampuan hotel dalam menjamin kualitas layanan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tamu memberikan penilaian positif terhadap tingkat profesionalisme staf, terutama dalam proses check-in/check-out serta keterampilan dalam menjawab pertanyaan tamu. Namun, ada beberapa narasi yang mencatat ketidakpastian informasi saat tamu meminta rekomendasi tempat wisata atau layanan tambahan yang tidak secara eksplisit tercantum dalam SOP (*standard operating procedures*) hotel. Ketidakpastian ini menggambarkan kesenjangan kecil antara informasi yang tamu harapkan, yaitu lengkap dan akurat, dan pengalaman yang mereka alami di lapangan.



Gambar 3. Bentuk Pelayanan *Taking Order* Restoran
Sumber: Pribadi Peneliti, 2025

Melalui lensa teori, jaminan mencakup aspek kepercayaan, kesopanan, dan pengetahuan staf yang memberikan rasa aman kepada tamu. Ketika staf mampu meyakinkan tamu melalui komunikasi yang jelas dan profesional, persepsi kualitas layanan meningkat secara signifikan. Namun, jika staf menghadapi keterbatasan informasi atau ketidaksesuaian antara kebijakan hotel dan solusi yang diberikan kepada tamu, hotel berpotensi mengalami *disconfirmation* negatif pada dimensi *assurance*.

Perbandingan dengan penelitian di Jakarta yang menggabungkan layanan fisik dan emosional menunjukkan pentingnya aspek jaminan dalam menciptakan rasa aman serta layanan yang meyakinkan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kombinasi kualitas teknis dan emosional menghasilkan pengalaman tamu yang lebih holistik dalam mengevaluasi kualitas layanan.

4.5 Dimensi Empati (*Empathy*)

Dimensi empati menjadi fenomena yang paling menarik dalam penelitian ini. Narasi tamu memperlihatkan bahwa perhatian personal terhadap kebutuhan individual, misalnya pengakuan terhadap preferensi tamu yang kembali atau tindak lanjut terhadap keluhan kecil seperti kurangnya kebersihan kamar, akan sangat memengaruhi persepsi kualitas layanan. Hal ini sesuai dengan literatur yang menempatkan empati sebagai dimensi layanan interpersonal yang paling erat dikaitkan dengan pengalaman emosional tamu.



Gambar 4. Fasilitas Kolam Renang Hotel Harper
Sumber: Pribadi Peneliti, 2025

Temuan ini konsisten dengan penelitian kualitatif tentang dimensi empati dalam konteks layanan restoran yang menekankan bahwa empati menciptakan rasa dihargai dan dipahami oleh konsumen, yang sulit diukur secara numerik melalui survei standar SERVQUAL. Namun, berbeda dengan beberapa penelitian kuantitatif hotel di Indonesia yang menemukan kontribusi empati yang kurang dominan dalam model regresi statistik, temuan kualitatif ini menunjukkan empati sebagai tema naratif yang kuat dan memengaruhi persepsi kualitas layanan secara keseluruhan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan Hotel Harper Kupang menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka SERVQUAL, serta mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan pengalaman tamu dalam layanan tersebut. Berdasarkan analisis mendalam terhadap wawancara dengan 15 informan, penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan hotel dipersepsikan sebagai “cukup baik”, namun belum sepenuhnya mampu menghasilkan pengalaman layanan yang unggul dan berdaya saing tinggi.

Secara substantif, temuan penelitian menunjukkan bahwa dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan empati (*empathy*) merupakan faktor yang paling menentukan dalam pembentukan persepsi kualitas pelayanan. Respons cepat terhadap kebutuhan tamu dan perhatian personal yang konsisten terbukti menciptakan pengalaman positif yang melampaui ekspektasi awal, sehingga menghasilkan *positive disconfirmation*. Sebaliknya, dimensi bukti fisik (*tangibles*) dan keandalan (*reliability*) cenderung berada pada tingkat pemenuhan standar minimum, tanpa menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi pengalaman tamu. Kondisi ini mengindikasikan bahwa fasilitas fisik dan konsistensi layanan di Hotel Harper Kupang belum sepenuhnya dikembangkan sebagai instrumen strategis untuk diferensiasi layanan.

Dimensi jaminan (*assurance*) dinilai relatif baik dari sisi sikap profesional dan rasa aman, namun masih menghadapi keterbatasan pada aspek kompetensi informasional, khususnya terkait pengetahuan kontekstual destinasi dan layanan pendukung pariwisata. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan hotel tidak hanya ditentukan oleh keterampilan teknis dan etika pelayanan, tetapi juga oleh kapasitas staf untuk berperan sebagai *service ambassador* yang memahami konteks wisata lokal.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi SERVQUAL sebagai kerangka analitis, sekaligus mengkritisi keterbatasannya ketika diterapkan secara kuantitatif. Pendekatan kualitatif yang digunakan mampu mengungkap dimensi emosional dan kontekstual dari pengalaman tamu yang sering kali tereduksi dalam pengukuran berbasis skor. Dengan demikian, penelitian ini menjawab kesenjangan penelitian sebelumnya yang cenderung berfokus pada hubungan statistik antara kualitas pelayanan dan kepuasan, tanpa menjelaskan mekanisme pengalaman yang mendasarinya.

6. REFERENSI

- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer management in service competition* (3rd ed.). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). World Scientific.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasetyo, A. (2020). Analisis kualitas pelayanan hotel terhadap kepuasan tamu menggunakan metode SERVQUAL. *Jurnal Pariwisata*, 12(2), 45–56.
- Rahmawati, D. (2022). Pengalaman tamu terhadap kualitas pelayanan hotel: Studi kualitatif. *Jurnal Hospitality*, 5(1), 23–34.

- Sari, M., & Nugroho, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan hotel. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 14(1), 67–78.
- Sulistiyono, A. (2017). *Manajemen penyelenggaraan hotel: Teori dan aplikasi*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Service management: Mewujudkan layanan prima* (4th ed.). Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill.