
EVALUASI KUALITAS PELAYANAN FRONT OFFICE HOTEL SENTRA MANADO DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN PERSEPSI TAMU MELALUI GOOGLE REVIEW

Vanessa Satigi^{1*}, Selvie R. Kalele², Benny I. Towoliu³

^{1,2,3}Program Studi Sarjana Terapan Perhotelan, Politeknik Negeri Manado

E-mail: ¹vanessasatigi3@gmail.com, ²selvevierkalele@gmail.com,

³bennyltowoliu@gmail.com

Article History:

Received: 17-04-2026

Revised: 05-05-2026

Accepted: 18-05-2026

Keywords:

Kualitas Pelayanan,
Front Office, Servqual,
Google Review, Hotel

Abstract: Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kualitas pelayanan front office Hotel Sentra Manado berdasarkan persepsi tamu melalui dua sumber data, yaitu kuesioner dan Google Review. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan model SERVQUAL pada lima dimensi: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Data primer diperoleh dari 117 responden yang pernah menggunakan layanan front office, sedangkan data sekunder berupa 290 ulasan Google Review hasil purposive sampling dari 780 ulasan yang tersedia. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan front office secara keseluruhan berada pada kategori Sangat Baik dengan Grand Mean kuesioner 4,32 dan rata-rata skor Google Review pada rentang 4,60–5,00. Analisis gap internal menunjukkan dimensi Tangibles, Reliability, dan Assurance berstatus unggul, sedangkan Responsiveness dan Empathy memerlukan perbaikan. Analisis gap SERVQUAL terhadap skor harapan menunjukkan dimensi Empathy (–0,44) dan Responsiveness (–0,42) sebagai prioritas utama perbaikan. Penelitian merekomendasikan peningkatan pelatihan service recovery serta pemanfaatan Google Review sebagai alat monitoring kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan pariwisata nasional. Seiring meningkatnya mobilitas wisatawan domestik maupun mancanegara, persaingan antar hotel semakin ketat sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang membedakan satu hotel dengan hotel lainnya. Hotel yang mampu memberikan pengalaman menginap yang konsisten dan memuaskan akan lebih mudah membangun loyalitas tamu serta reputasi jangka panjang dibandingkan hotel yang hanya mengandalkan fasilitas fisik semata.

Front office merupakan departemen terdepan dalam operasional hotel yang menjadi titik pertama dan terakhir interaksi antara tamu dengan pihak hotel. Departemen ini mencakup layanan reservasi, check-in, check-out, concierge, dan pelayanan informasi. Kualitas pelayanan front office secara langsung memengaruhi persepsi tamu terhadap keseluruhan pengalaman menginap¹, sehingga peningkatan kualitas pada departemen ini memberikan dampak yang proporsional besar terhadap kepuasan tamu secara keseluruhan dibandingkan departemen lain yang interaksinya dengan tamu lebih terbatas.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara tamu mengekspresikan pengalaman mereka. Google Review menjadi salah satu platform ulasan paling banyak digunakan, di mana tamu dapat memberikan penilaian bintang (1–5) beserta ulasan tertulis secara terbuka. Data dari Google Review bersifat autentik, real-time, dan dapat diakses secara publik sehingga menjadi sumber data yang sangat berharga bagi penelitian². Dibandingkan survei konvensional yang bersifat terjadwal, ulasan digital tersedia secara berkelanjutan dan mencerminkan reaksi spontan tamu segera setelah pengalaman menginap terjadi, sehingga dapat melengkapi kelemahan instrumen kuesioner yang hanya menangkap persepsi pada satu titik waktu tertentu.

Hotel Sentra Manado merupakan salah satu hotel yang berlokasi di Kota Manado, Sulawesi Utara. Sebagai kota tujuan wisata yang terus berkembang, persaingan industri perhotelan di Manado semakin kompetitif. Berdasarkan observasi awal peneliti melalui Google Maps, Hotel Sentra Manado telah mendapatkan sejumlah ulasan dari tamu yang menyoroti berbagai aspek pelayanan, termasuk layanan front office. Namun, hingga saat ini belum pernah dilakukan evaluasi kualitas pelayanan front office secara sistematis dan berbasis data ulasan tersebut, sehingga manajemen hotel belum memiliki gambaran kuantitatif yang menyeluruh mengenai dimensi pelayanan mana yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bermaksud mengevaluasi kualitas pelayanan front office Hotel Sentra Manado dengan menggunakan pendekatan persepsi tamu melalui Google Review dan kuesioner deskriptif, dengan metode analisis kuantitatif deskriptif menggunakan model SERVQUAL. Penelitian ini secara khusus berupaya menjawab tiga pertanyaan, yaitu bagaimana tingkat kualitas pelayanan front office berdasarkan kedua sumber data tersebut, seberapa besar kesenjangan (gap) antara persepsi tamu dengan kondisi ideal pada setiap dimensi kualitas pelayanan, dan dimensi mana yang paling perlu diprioritaskan untuk diperbaiki. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan praktis bagi manajemen hotel serta memperkaya kajian akademis mengenai evaluasi kualitas pelayanan berbasis data ulasan digital.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh pelanggan atas keunggulan suatu layanan, yaitu hasil perbandingan antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual layanan yang diterima³. Semakin kecil kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi, semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan. Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan menjadi variabel kritis yang secara langsung berdampak pada kepuasan tamu, tingkat hunian, dan reputasi hotel.

Penelitian pada Hotel Biz Boulevard Manado menemukan bahwa semua dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL memiliki nilai gap negatif, yang berarti layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan tamu⁴. Temuan tersebut memperkuat pentingnya

pengukuran kualitas pelayanan secara berkala pada setiap dimensi, bukan hanya secara agregat, karena kesenjangan pada satu dimensi tertentu dapat tertutupi oleh kinerja yang baik pada dimensi lain apabila hanya dilihat dari nilai rata-rata keseluruhan.

Model SERVQUAL

Model SERVQUAL (Service Quality) merupakan instrumen pengukuran kualitas pelayanan yang paling banyak digunakan dalam penelitian bidang jasa⁵. Model ini mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi utama, yaitu:

1. Tangibles (Bukti Fisik): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi. Dalam konteks front office, meliputi penampilan resepsionis, kebersihan area lobby, dan kelengkapan fasilitas.
2. Reliability (Keandalan): kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat, misalnya ketepatan proses check-in/check-out dan akurasi informasi.
3. Responsiveness (Daya Tanggap): kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, mencakup kecepatan merespons pertanyaan dan keluhan tamu.
4. Assurance (Jaminan): pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menginspirasi kepercayaan, meliputi kompetensi dan keramahan staf.
5. Empathy (Empati): kepedulian dan perhatian individual kepada pelanggan, meliputi kemudahan akses, komunikasi yang baik, dan pemahaman kebutuhan tamu.

Kelima dimensi tersebut saling melengkapi dalam membentuk persepsi tamu secara menyeluruh. Dimensi tangibles umumnya menjadi kesan pertama yang ditangkap tamu sesaat setelah tiba di hotel, sedangkan dimensi assurance dan empathy baru dapat dirasakan tamu setelah terjadi interaksi langsung dengan staf front office, sehingga kedua kelompok dimensi ini idealnya diukur melalui instrumen yang berbeda karakter pengalamannya.

Front Office Hotel

Front office adalah departemen hotel yang bertanggung jawab atas penjualan kamar dan manajemen hubungan tamu sejak sebelum kedatangan hingga setelah keberangkatan. Front office merupakan jantung dari sebuah hotel karena menjadi pusat seluruh kegiatan operasional dan informasi⁶. Fungsi utama front office meliputi pemrosesan reservasi, penerimaan dan pendaftaran tamu (check-in), pelayanan selama menginap, penyelesaian tagihan dan keberangkatan (check-out), serta penanganan keluhan tamu.

Staf front office dituntut memiliki kompetensi komunikasi, penampilan profesional, dan penguasaan sistem informasi hotel⁷. Kompetensi tersebut menjadi semakin penting mengingat front office adalah satu-satunya departemen yang berinteraksi langsung dengan hampir seluruh tamu, sehingga kesalahan kecil pada departemen ini berpotensi memengaruhi penilaian tamu terhadap keseluruhan pengalaman menginap, terlepas dari kualitas fasilitas kamar atau F&B yang sebenarnya sudah baik.

Google Review sebagai Sumber Data

Google Review merupakan fitur dalam Google Maps yang memungkinkan pengguna memberikan ulasan dan penilaian terhadap suatu tempat atau layanan. Dalam industri perhotelan, Google Review menjadi salah satu referensi utama calon tamu dalam

pengambilan keputusan menginap.

Penelitian yang menggunakan SERVQUAL berbasis ulasan online menunjukkan bahwa ulasan digital dapat digunakan untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan yang perlu ditingkatkan⁸. Demikian pula ditemukan bahwa pengalaman pelanggan yang tercermin dalam ulasan Google berkorelasi kuat dengan tingkat kepuasan yang diukur secara konvensional⁹. Kedua temuan ini menjadi dasar metodologis bagi penelitian ini untuk memperlakukan Google Review sebagai data sekunder yang setara kedudukannya dengan data kuesioner, bukan sekadar data pelengkap.

Kepuasan Tamu Hotel

Kepuasan tamu adalah kondisi afektif yang timbul dari evaluasi pengalaman tamu terhadap produk dan layanan hotel, yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya¹⁰. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel¹¹. Sementara itu, pada penelitian di Hotel Maya Ubud Resort & Spa ditemukan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan tamu menginap¹², yang mengindikasikan bahwa meskipun harga dan fasilitas turut berperan, kualitas pelayanan tetap menjadi determinan utama kepuasan tamu di berbagai tipe dan kelas hotel.

Penelitian Terdahulu dan Kerangka Berpikir

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kualitas pelayanan front office berbasis SERVQUAL menunjukkan pola yang cukup konsisten: dimensi tangibles pada umumnya memperoleh penilaian yang baik karena mudah diamati secara langsung, sementara dimensi assurance dan empathy sering menjadi penentu utama tingkat kepuasan tamu karena berkaitan dengan kualitas interaksi personal antara staf dan tamu. Beberapa penelitian juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, meskipun pada beberapa indikator tertentu masih ditemukan kekurangan yang perlu diperbaiki, khususnya pada aspek kecepatan tanggap dan personalisasi layanan.

Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut, kerangka berpikir penelitian ini menempatkan kualitas pelayanan front office Hotel Sentra Manado sebagai variabel yang diukur melalui dua sumber data, yaitu kuesioner dan Google Review, dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL. Hasil pengukuran berupa nilai rata-rata (mean) per dimensi kemudian dibandingkan dengan kondisi ideal (skor 5,00) untuk mengetahui besarnya gap pada masing-masing dimensi, yang selanjutnya menjadi dasar penentuan prioritas perbaikan.

Hubungan Antardimensi SERVQUAL dan Kepuasan Tamu

Kelima dimensi SERVQUAL pada dasarnya tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk persepsi kepuasan tamu secara utuh. Dimensi Tangibles cenderung membentuk kesan awal yang bersifat kognitif dan mudah diverifikasi secara

objektif, sedangkan dimensi Reliability berperan sebagai jaminan bahwa janji layanan hotel dapat dipenuhi secara konsisten dari waktu ke waktu. Sementara itu, dimensi Responsiveness, Assurance, dan Empathy lebih bersifat afektif karena bergantung pada kualitas interaksi manusia yang sulit distandardisasi melalui prosedur tertulis semata.

Dalam konteks hotel yang relatif baru beroperasi seperti Hotel Sentra Manado, pola umum yang ditemukan pada penelitian-penelitian sejenis adalah tingginya skor pada dimensi yang bersifat fisik dan prosedural, namun relatif tertinggal pada dimensi yang membutuhkan kematangan budaya kerja dan pengalaman staf dalam menangani situasi non-standar. Pola inilah yang menjadi dasar hipotesis awal penelitian ini sebelum dilakukan pengukuran empiris, dan sebagaimana akan ditunjukkan pada bagian hasil, pola tersebut terkonfirmasi melalui data kuesioner maupun Google Review yang dikumpulkan pada Hotel Sentra Manado.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan mengukur dan menggambarkan kualitas pelayanan secara sistematis berdasarkan data numerik. Analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif berupa perhitungan rata-rata (mean) dan analisis gap, tanpa pengujian hipotesis atau uji pengaruh antar variabel.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Hotel Sentra Manado, Kota Manado, Sulawesi Utara. Data Google Review yang digunakan adalah ulasan yang diterbitkan sepanjang tahun 2025, sedangkan penyebaran kuesioner dilakukan sesuai jadwal penelitian selama kurang lebih 5 bulan, mengikuti kalender akademik program studi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap dan menggunakan layanan front office Hotel Sentra Manado. Berdasarkan estimasi data dari manajemen hotel, jumlah tamu yang menginap selama periode penelitian diestimasi sebesar $N = 150$ orang. Teknik pengambilan sampel kuesioner menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (a) tamu yang pernah menginap minimal satu kali di Hotel Sentra Manado, (b) tamu yang menggunakan layanan front office (check-in/check-out), dan (c) bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin¹³: $n = N / (1 + N \cdot e^2)$, dengan margin of error (e) sebesar 5%. Berdasarkan estimasi populasi $N = 150$, diperoleh $n = 150 / (1 + 150 \times (0,05)^2) = 150 / 1,375 = 109,09 \approx 110$ responden sebagai jumlah sampel minimum; penelitian ini berhasil menjangkau 117 responden, sedikit melebihi ambang minimum tersebut.

Untuk data Google Review, peneliti menggunakan purposive sampling dari 780 ulasan yang tersedia, dengan kriteria: (a) ulasan berasal dari Google Review Hotel Sentra Manado pada Google Maps, (b) ulasan ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris, (c) ulasan secara eksplisit menyebutkan pengalaman terkait layanan front office atau

pelayanan hotel secara umum, (d) ulasan diterbitkan dalam periode 2025, dan (e) ulasan memiliki panjang minimal 20 karakter. Hasil seleksi menghasilkan 290 ulasan valid, terdiri dari 80 ulasan front office eksplisit dan 210 ulasan pelayanan umum.

Instrumen Penelitian

Kuesioner berisi 20 item pernyataan yang mewakili kelima dimensi SERVQUAL, masing-masing empat item per dimensi, dengan skala penilaian Likert 1–5 (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Untuk data Google Review, peneliti mencatat tanggal, rating bintang, dan mengklasifikasikan isi ulasan ke dalam lima dimensi SERVQUAL berdasarkan kata kunci yang paling dominan dalam setiap ulasan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap: (1) perhitungan nilai mean per item dan per dimensi SERVQUAL dari data kuesioner dan Google Review secara terpisah, menggunakan rumus $\bar{X} = \Sigma x / n^{14}$; (2) perhitungan gap internal dengan membandingkan nilai mean setiap dimensi terhadap grand mean keseluruhan; dan (3) perhitungan gap SERVQUAL dengan membandingkan skor persepsi terhadap skor harapan ($E = 4,70$), menggunakan rumus $\text{Gap} = \text{Skor Persepsi } (\bar{X}) - \text{Skor Ideal/Harapan } (E)^{15}$. Hasil dari ketiga tahap analisis tersebut kemudian dibandingkan (triangulasi) antara data kuesioner dan Google Review untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif mengenai prioritas perbaikan kualitas pelayanan front office. Kategori penilaian mean dan interpretasi gap SERVQUAL yang digunakan disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Kategori Penilaian Berdasarkan Nilai Mean

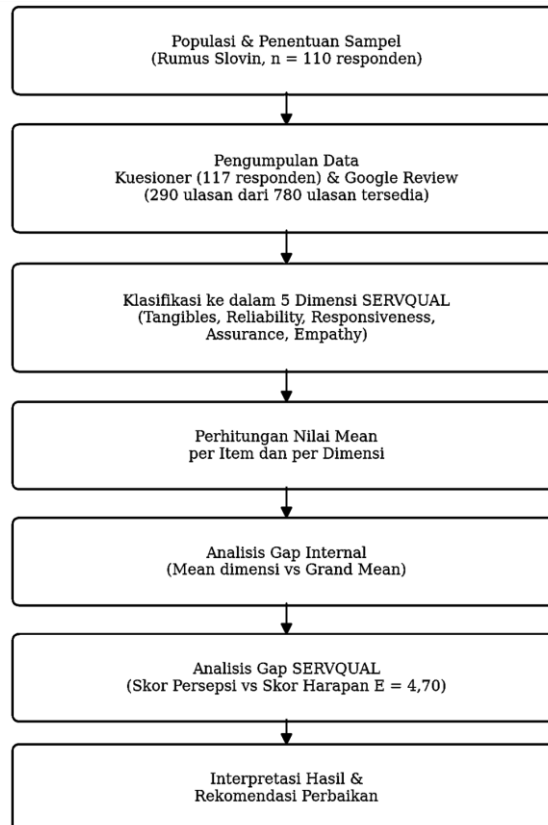
Rentang Nilai Mean	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat Baik
3,41 – 4,20	Baik
2,61 – 3,40	Cukup
1,81 – 2,60	Buruk
1,00 – 1,80	Sangat Buruk

Tabel 2. Interpretasi Nilai Gap SERVQUAL

Nilai Gap	Interpretasi
0,00	Layanan sempurna / sesuai ideal
–0,01 s.d. –1,00	Layanan cukup baik, perlu pemeliharaan
–1,01 s.d. –2,00	Layanan perlu perbaikan
< –2,00	Layanan sangat perlu perbaikan (prioritas utama)

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian secara ringkas digambarkan pada diagram alir berikut, dimulai dari penentuan populasi dan sampel hingga interpretasi hasil dan penyusunan rekomendasi perbaikan.



Gambar 1. Diagram Alir Tahapan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Kuesioner penelitian ini diisi oleh 117 responden yang seluruhnya menyatakan pernah menginap di Hotel Sentra Manado dan menggunakan layanan front office, sehingga seluruh data yang diperoleh memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan sebelumnya.

Analisis Kualitas Pelayanan Melalui Kuesioner (Data Primer)

Penelitian ini mengukur kualitas pelayanan front office menggunakan lima dimensi SERVQUAL terhadap 117 responden. Hasil perhitungan menunjukkan nilai Grand Mean sebesar 4,32, dengan rincian skor per dimensi disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Skor Rata-Rata Kuesioner

Dimensi	Mean	Kategori
Tangibles	4,40	Sangat Baik
Reliability	4,33	Sangat Baik
Assurance	4,33	Sangat Baik
Responsiveness	4,28	Sangat Baik
Empathy	4,26	Sangat Baik

Hasil ini menunjukkan bahwa aspek fisik (Tangibles) adalah aspek yang paling memuaskan bagi tamu, kemungkinan besar karena hotel yang relatif baru beroperasi

memiliki fasilitas fisik yang masih terjaga kondisinya, sementara aspek kepedulian (Empathy) memerlukan perhatian lebih lanjut karena bergantung pada konsistensi interaksi personal antar staf yang lebih sulit distandardisasi dibandingkan aspek fisik.

Untuk melihat kekuatan dan kelemahan secara lebih rinci pada tingkat item pernyataan, Tabel 4 menyajikan nilai mean seluruh 20 item kuesioner.

Tabel 4. Mean Per Item Kuesioner Kualitas Pelayanan Front Office (n = 117)

Item	Pernyataan	Mean
P1	Penampilan fisik area front office bersih, rapi, dan menarik	4,42
P2	Petugas front office berpenampilan profesional dan berseragam rapi	4,48
P3	Fasilitas pendukung tersedia dengan memadai	4,35
P4	Peralatan dan teknologi terlihat modern dan berfungsi	4,33
P5	Layanan check-in/check-out sesuai prosedur yang dijanjikan	4,38
P6	Informasi yang disampaikan petugas akurat dan dipercaya	4,36
P7	Proses reservasi dan konfirmasi kamar tepat tanpa kesalahan	4,29
P8	Petugas menyelesaikan masalah/keluhan tamu tepat waktu	4,29
P9	Layanan diberikan dengan cepat tanpa membuat tamu menunggu	4,25
P10	Petugas selalu bersedia membantu tamu	4,33
P11	Petugas merespons pertanyaan tamu dengan segera	4,30
P12	Petugas proaktif memberikan informasi tanpa diminta	4,24
P13	Petugas memiliki pengetahuan yang cukup	4,31
P14	Tamu merasa aman dan nyaman bertransaksi	4,40
P15	Petugas bersikap sopan, ramah, dan profesional	4,44
P16	Petugas mampu menangani situasi darurat dengan kompeten	4,18
P17	Petugas memberikan perhatian personal kepada tamu	4,15
P18	Jam operasional dan ketersediaan layanan sesuai kebutuhan	4,28
P19	Petugas mendengarkan keluhan dengan penuh perhatian	4,30
P20	Petugas memahami kepentingan tamu dan memberi solusi	4,32

Pada tingkat item, skor tertinggi diperoleh P2 “Petugas front office berpenampilan profesional dan berseragam rapi” (4,48) dan P15 “Petugas bersikap sopan, ramah, dan profesional” (4,44), yang menegaskan bahwa penampilan dan sikap dasar staf sudah menjadi kekuatan utama front office Hotel Sentra Manado. Sebaliknya, skor terendah ditemukan pada P17 “Petugas memberikan perhatian personal kepada tamu” (4,15) dan P16 “Petugas mampu menangani situasi darurat dengan kompeten” (4,18), keduanya berada pada dimensi Empathy dan Assurance yang berkaitan dengan kedalaman interaksi personal, bukan sekadar kesopanan standar. Pola ini konsisten dengan hasil analisis gap yang menempatkan Empathy sebagai dimensi dengan kesenjangan terbesar terhadap skor harapan.

Analisis Konten Ulasan Melalui Google Review (Data Sekunder)

Analisis konten dilakukan terhadap 290 ulasan tamu (hasil purposive sampling dari 780 ulasan yang tersedia) untuk mendapatkan perspektif objektif. Data menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi namun dengan distribusi yang tidak merata antar dimensi, sebagaimana disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Ringkasan Ulasan Google Review (n = 290)

Dimensi	Rata-Rata Bintang	Jumlah Ulasan (n)
Empathy	5,00	13
Assurance	4,90	172
Tangibles	4,80	74
Responsiveness	4,90	14
Reliability	4,60	17

Tingginya volume ulasan pada dimensi Assurance dan Tangibles membuktikan bahwa kedua aspek ini adalah top-of-mind bagi tamu saat menginap di Hotel Sentra Manado, artinya kedua dimensi tersebut paling sering disebut secara spontan oleh tamu tanpa perlu dipandu oleh instrumen terstruktur seperti kuesioner. Sebaliknya, rendahnya jumlah ulasan pada dimensi Empathy (13 ulasan) tidak serta-merta berarti dimensi ini buruk, melainkan menunjukkan bahwa aspek kepedulian personal jarang menjadi hal yang secara eksplisit dituliskan tamu dalam ulasan spontan, meskipun skor rata-ratanya justru tertinggi (5,00) pada saat memang disebutkan.

Pembandingan dan Sintesis Data

Triangulasi data dilakukan untuk melihat konsistensi antara persepsi terukur (kuesioner) dan opini sukarela (Google Review), sebagaimana disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Perbandingan Rata-Rata Skor Kuesioner vs Google Review

Dimensi	Mean Kuesioner	Mean Google Review
Tangibles	4,40	4,80
Assurance	4,33	4,90
Responsiveness	4,28	4,90
Reliability	4,33	4,60
Empathy	4,26	5,00

Terdapat konsistensi positif pada aspek Tangibles dan Assurance, di mana kedua sumber data sama-sama menunjukkan skor yang tinggi. Perbedaan nilai yang cukup mencolok pada dimensi lain terjadi karena kuesioner bersifat terukur dan komprehensif, menjangkau seluruh pengalaman tamu secara sistematis, sedangkan Google Review lebih mencerminkan peak experience (pengalaman paling berkesan) tamu yang cenderung memberikan ulasan hanya ketika pengalamannya sangat positif atau sangat negatif.

Analisis Gap Internal dan Gap SERVQUAL

Analisis gap internal membandingkan skor tiap dimensi terhadap Grand Mean (4,32) untuk memetakan kekuatan dan kelemahan internal, sebagaimana disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis Gap Internal

Dimensi	Mean	Grand Mean	Gap Internal	Status
Tangibles	4,40	4,32	+0,08	Unggul
Reliability	4,33	4,32	+0,01	Unggul
Assurance	4,33	4,32	+0,01	Unggul
Responsiveness	4,28	4,32	-0,04	Perbaikan
Empathy	4,26	4,32	-0,06	Perbaikan

Analisis gap SERVQUAL terhadap skor harapan ($E = 5,00$) disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Analisis Gap SERVQUAL (P – E)

Dimensi	Skor Persepsi (P)	Skor Harapan (E)	Gap (P – E)
Tangibles	4,40	5,00	-0,30
Reliability	4,33	5,00	-0,37
Responsiveness	4,28	5,00	-0,42
Assurance	4,33	5,00	-0,37
Empathy	4,26	5,00	-0,44

Pembahasan

Berdasarkan analisis gap internal maupun gap SERVQUAL, dimensi Responsiveness dan Empathy secara konsisten muncul sebagai area yang paling krusial untuk ditingkatkan. Kedua dimensi ini berkaitan erat dengan kecepatan dan kedalaman interaksi personal staf terhadap tamu, yang secara alami lebih sulit distandardisasi dibandingkan dimensi Tangibles yang lebih bersifat fisik dan dapat dikendalikan melalui SOP kebersihan dan perawatan fasilitas.

Ditinjau per dimensi, Tangibles menunjukkan performa terbaik pada kedua sumber data (mean kuesioner 4,40; mean Google Review 4,80) sehingga strategi manajemen yang paling tepat adalah mempertahankan standar perawatan fasilitas dan kerapian seragam yang sudah berjalan baik, bukan menambah investasi baru pada aspek ini. Reliability dan Assurance juga berstatus unggul pada gap internal, namun keduanya tetap memiliki gap negatif yang cukup besar terhadap skor harapan ($-0,37$), yang mengindikasikan bahwa meskipun akurasi informasi dan kompetensi staf sudah dinilai baik secara relatif, tamu tetap mengharapkan standar yang mendekati sempurna pada kedua aspek tersebut, khususnya terkait ketepatan proses reservasi dan penanganan situasi darurat.

Responsiveness memperoleh gap SERVQUAL terbesar kedua ($-0,42$), yang selaras dengan rendahnya skor pada item P9 dan P12 terkait kecepatan layanan dan proaktivitas staf dalam memberikan informasi. Empathy menempati posisi dengan gap terbesar ($-0,44$) pada kedua metode analisis, didukung oleh skor item terendah pada P17 (4,15). Temuan ini memperkuat argumen bahwa dimensi yang berkaitan dengan kedalaman perhatian personal cenderung menjadi titik lemah pada hotel yang relatif baru beroperasi, karena staf front office masih dalam tahap membangun kebiasaan kerja yang konsisten di luar standar layanan dasar.

Meskipun secara umum layanan Hotel Sentra Manado berada di kategori “Sangat

Baik” dengan Grand Mean 4,32, gap SERVQUAL terhadap skor harapan pada seluruh dimensi tetap bernilai negatif, yang menandakan masih terdapat ruang perbaikan meskipun tidak signifikan. Perbaikan pada kecepatan respons dan kepedulian personal akan menutup kesenjangan (gap) antara ekspektasi tamu yang tinggi dengan realitas pelayanan. Manajemen disarankan untuk melakukan pelatihan service recovery yang lebih intensif pada staf front office, khususnya dalam menangani situasi di mana tamu membutuhkan bantuan segera atau perhatian personal yang lebih mendalam, misalnya melalui simulasi penanganan keluhan dan pelatihan komunikasi empatik secara berkala.

Implikasi Manajerial

Temuan penelitian ini memberikan sejumlah implikasi praktis bagi manajemen Hotel Sentra Manado. Pertama, karena dimensi Tangibles, Reliability, dan Assurance sudah berada pada level unggul, sumber daya pelatihan sebaiknya tidak lagi difokuskan pada aspek-aspek tersebut, melainkan dialihkan pada penguatan Responsiveness dan Empathy melalui program pelatihan yang lebih berorientasi pada soft skill dan kecerdasan emosional staf. Kedua, pemantauan Google Review secara berkala dapat dijadikan mekanisme deteksi dini (early warning system) terhadap penurunan kualitas pelayanan pada dimensi tertentu, mengingat ulasan tersebut bersifat real-time dan tidak memerlukan biaya survei tambahan. Ketiga, kombinasi data kuesioner dan Google Review sebagaimana digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan model evaluasi rutin yang lebih murah dan berkelanjutan dibandingkan hanya mengandalkan salah satu sumber data saja, mengingat masing-masing sumber memiliki kelebihan yang saling melengkapi: kuesioner memberikan gambaran komprehensif dan terukur, sedangkan Google Review menangkap pengalaman puncak (peak experience) tamu secara spontan dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan front office Hotel Sentra Manado secara keseluruhan berada pada kategori Sangat Baik, dengan Grand Mean kuesioner sebesar 4,32 dan rata-rata skor Google Review yang juga tinggi pada seluruh dimensi (rentang 4,60–5,00). Berdasarkan analisis gap internal, dimensi Tangibles, Reliability, dan Assurance berstatus “unggul” (gap positif terhadap Grand Mean), sedangkan Responsiveness dan Empathy berstatus “perbaikan” (gap negatif terhadap Grand Mean). Berdasarkan analisis gap SERVQUAL terhadap skor harapan, dimensi yang paling perlu diprioritaskan untuk diperbaiki adalah Empathy (gap -0,44) dan Responsiveness (gap -0,42), diikuti oleh Reliability dan Assurance (gap -0,37), serta Tangibles (gap -0,30).

Manajemen Hotel Sentra Manado disarankan untuk meningkatkan pelatihan service recovery yang lebih intensif pada staf front office, menyusun SOP layanan personal agar perhatian individual kepada tamu dapat diberikan secara merata, mempertahankan dan terus mengembangkan standar yang sudah unggul pada dimensi Tangibles, Reliability, dan Assurance, serta memanfaatkan data Google Review secara berkala sebagai alat monitoring kualitas pelayanan yang murah dan real-time, melengkapi survei kuesioner periodik. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode Importance-Performance Analysis (IPA) untuk memetakan dimensi berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja secara bersamaan, mengembangkan analisis sentimen berbasis natural language processing (NLP) untuk memproses ulasan Google Review secara otomatis dalam jumlah yang lebih besar, serta

melakukan penelitian komparatif antar hotel bintang di Manado untuk mengetahui posisi kompetitif Hotel Sentra Manado dalam industri perhotelan regional.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan hasilnya. Pertama, klasifikasi ulasan Google Review ke dalam dimensi SERVQUAL dilakukan berdasarkan kata kunci dominan secara manual, sehingga berpotensi mengandung unsur subjektivitas peneliti. Kedua, skor harapan ($E = 4,70$ dan $E = 5,00$) yang digunakan dalam analisis gap merupakan asumsi ideal, bukan hasil pengukuran ekspektasi tamu secara langsung, sehingga interpretasinya perlu dilakukan secara hati-hati. Ketiga, penelitian ini hanya mencakup satu hotel pada satu periode waktu tertentu, sehingga generalisasi hasil ke hotel lain atau periode lain perlu dilakukan dengan mempertimbangkan konteks operasional yang mungkin berbeda.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak manajemen Hotel Sentra Manado atas izin dan dukungan data selama proses penelitian, serta kepada seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- [1] *Atmoko, T. P. H., and H. Widyarningsih. "Standarisasi Pelayanan Front Office untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu di Hotel Cavinton Yogyakarta." Jurnal Pariwisata 10, no. 2 (2023): 100–106.*
- [2] *Jumheri, S., and S. Paludi. "Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi dalam Mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel." Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi 20, no. 2 (2023): 231–244.*
- [3] *Kasinem, K. "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat." Jurnal Media Wahana Ekonomika 17, no. 4 (2020): 329–336.*
- [4] *Kurniawan, J. "Penerapan Kualitas Pelayanan untuk Mencapai Tingkat Kepuasan Tamu Menggunakan Indikator SERVQUAL pada Front Office Department di Hotel Grand Hyatt Jakarta." Jurnal Lemondial Business School 9, no. 3 (2023).*
- [5] *Nugraha, A. R., M. Dzikron, and I. Bachtiar. "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL) dan Model Importance Performance Analysis (IPA)." Jurnal Riset Teknik Industri 3, no. 1 (2023): 9–16.*
- [6] *Prasetyo, M. R., and A. Fahrurrozi. "Analisa Sentimen pada Ulasan Google untuk Hotel Gran Mahakam Jakarta Menggunakan Pendekatan Machine Learning." Jurnal Ilmiah Informatika Komputer 28, no. 3 (2023): 203–217.*
- [7] *Putra, P. A. K. A., D. Ismail, and I. G. A. E. Suwintari. "Analisis Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Kantor Depan." Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis 2, no. 7 (2023): 1570–1582.*
- [8] *Sanjaya, I. W. K., M. A. Astina, I. K. Muliadisa, Asmawih, and M. Purnamasari. "Analisis Variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy pada Departemen Front Office guna Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Harris Hotel Denpasar." Jurnal Manajemen Dirgantara 16, no. 1 (2023): 213–220.*
- [9] *Singgalen, Y. A. "Analisis Sentimen Wisatawan terhadap Kualitas Layanan Hotel dan Resort di Lombok Menggunakan SERVQUAL dan CRISP-DM." Building of Informatics, Technology and Science (BITS) 4, no. 4 (2023): 1870–1882.*

- [10] Siringoringo, I. N. S., A. B. H. Jan, and M. M. Karuntu. "Kualitas Pelayanan Hotel Biz Boulevard Manado menggunakan Metode SERVQUAL." *Jurnal EMBA* 11, no. 4 (2023): 1199–1210.
- [11] Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- [12] Wahyuni, S. A. W., and N. W. M. Erawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Maya Ubud Resort & Spa." *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis* 1, no. 9 (2022): 2561–2575.
- [13] Kalele, S., Watung, E. A., Kondo, T. H., Sendow, D. C., Permana, D. E., Solang, J. A., & Towoliu, B. I. (2025). Does The Service Quality Of Banquet Hall Staff Affect The Guest Satisfaction? A Case Study At Hotel Peninsula Manado. *International Journal of Tourism Business Research*, 4(1), 52-62.
- [14] Towoliu, B. I., Sangari, F., & Permana, D. E. (2017). Questioning the Readiness of Manado as a Tourism Destination: Poor Service of Waitresses in the Local Restaurants. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 5(1), 9-18.

HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN
