

ABSTRAK

Seiring bejalannya waktu, pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin pesat. Salah satu bisnis yang paling banyak mengadopsi manfaat dari internet atau sistem *online* adalah industri hotel. Komunikasi eWOM telah menjadi faktor penting dalam pembentukan perilaku konsumen. Dalam industri *hospitality*, pemberi jasa lebih baik memahami kepuasan atau ketidakpuasan konsumen sehingga dapat membantu mereka untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan konsumennya. Sebuah hotel agar tetap kompetitif harus mengukur tingkat kepuasan konsumen. *Online review* adalah cara yang populer untuk mengamati kepuasan konsumen. Melalui *review* yang diberikan konsumen, manajemen mampu menerapkan perbaikan terus-menerus terhadap layanan mereka berdasarkan kebutuhan konsumen seperti yang diungkapkan dalam komentar mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kualitas layanan pada hotel berbintang 3 di Indonesia, untuk mengetahui atribut dari kualitas layanan yang dianggap penting oleh konsumen domestik dan konsumen mancanegara, untuk mengetahui atribut dari kualitas layanan yang dianggap penting oleh konsumen *chain hotel* dan konsumen *independent hotel*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *content analysis*. Di dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer yang merupakan data yang dikumpulkan dan diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data yaitu dokumen *online* pada *online review* yang dilakukan oleh para konsumen hotel di kota Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan dan Bali melalui situs Tripadvisor.

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat perbedaan tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan pada konsumen domestik dan konsumen mancanegara. Selain itu juga terdapat perbedaan tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan pada konsumen *chain hotel* dan konsumen *independent hotel*.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Electronic word-of-mouth, Online Customer Review, Content Analysis

ABSTRACT

As time goes by, the growth of internet users in Indonesia is growing rapidly. One of the most heavily adopted business benefits of the internet or online system is the hotel industry. EWOM communication has become an important factor in the formation of consumer behavior. In the hospitality industry, service providers better understand customer satisfaction or dissatisfaction so as to help them improve service quality and retain their customers. A hotel in order to remain competitive should measure the level of customer satisfaction. Online reviews are a popular way to observe consumer satisfaction. Through consumer reviews, management is able to apply continuous improvements to their services based on consumer needs as expressed in their comments.

This study aims to identify service quality on 3 stars hotel in Indonesia, identify important attribute from service quality for domestic consumer and foreign consumer, identify important attribute from service quality for chain hotel consumer and independent hotel consumer.

The method used in this research is content analysis. This research used primary data from online review in Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan and Bali from Tripadvisor site.

The study states that there is a difference interest on service quality for domestic consumer and foreign consumer. Beside that there is also difference interest on service quality for chain hotel consumer and independent hotel consumer.

Keywords : Service Quality, Electronic word-of-mouth, Online Customer Review, Content Analysis