

KUALITAS PELAYANAN RESEPSIONIS DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU PADA PT ATABA GROUP INDONESIA

Nilam Sari Kusuma Wangi¹, Diyan Putranto²

^{1,2}Sekolah Tinggi Manajemen Pariwisata dan Logistik (STIM-PAL) Lentera Lemondial

Email: nilamsarikusumawangi@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan resepsionis di PT Ataba Group Indonesia ditinjau dari tiga dimensi SERVQUAL yang dipandang paling relevan dengan konteks corporate reception, yaitu responsiveness (kecepatan pelayanan), assurance dan empathy (kemampuan komunikasi), serta reliability (konsistensi penerapan Standar Operasional Prosedur/SOP). Reduksi dari lima dimensi asli SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) menjadi tiga dimensi ini dilakukan karena hasil riset pendahuluan mengindikasikan bahwa ketiga dimensi tersebut merupakan sumber kesenjangan layanan yang paling menonjol pada konteks resepsionis korporat, sementara dimensi tangibles dan sebagian aspek assurance di luar komunikasi berada di luar fokus kajian ini. Penelitian ini selanjutnya menganalisis kontribusi ketiga dimensi tersebut terhadap kepuasan tamu. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas Manager Front Office, satu orang staf resepsionis, dan dua puluh orang tamu yang dipilih secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis secara umum berada pada level baik. Kecepatan pelayanan dinilai memuaskan bagi tamu dengan janji temu (durasi registrasi 2–3 menit), namun tamu walk-in mengalami waktu tunggu 8–12 menit akibat keterbatasan infrastruktur dan koordinasi antardepartemen. Kemampuan komunikasi staf dinilai positif oleh tamu domestik, tetapi terdapat hambatan nyata dalam melayani tamu berbahasa Mandarin. Konsistensi penerapan SOP secara umum baik dengan inkonsistensi yang bersifat situasional pada penyambutan tamu. Kepuasan tamu berada pada level beragam, dengan kesenjangan yang jelas antara tamu ber-appointment dan tamu walk-in. Temuan ini merekomendasikan perbaikan infrastruktur teknologi, pelatihan bahasa asing terstruktur, standardisasi prosedur walk-in, serta penguatan monitoring SOP sebagai langkah strategis peningkatan kualitas layanan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Resepsionis, Kepuasan Tamu, SERVQUAL, Penelitian Kualitatif.

Abstract: This study aims to describe the quality of receptionist service at PT Ataba Group Indonesia in terms of three SERVQUAL dimensions considered most relevant to the corporate reception context: responsiveness (service speed), assurance and empathy (communication ability), and reliability (consistency in implementing Standard Operating Procedures/SOPs).

The reduction from the five original SERVQUAL dimensions (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) to these three was made because preliminary research indicated these dimensions were the most prominent sources of service gaps in the corporate-reception context, while tangibles and the non-communication aspects of assurance fell outside the scope of this study. This study then analyzes the contribution of these three dimensions to guest satisfaction. A descriptive qualitative approach was used, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. Informants consisted of the Front Office Manager, one receptionist staff member, and twenty guests selected through purposive sampling. Data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldana (2014) interactive model comprising data reduction, data display, and conclusion drawing, with validity established through source and technique triangulation. The results show that receptionist service quality was generally at a good level. Service speed was rated satisfactory for guests with prior appointments (registration duration of 2–3 minutes), while walk-in guests experienced waiting times of 8–12 minutes due to infrastructure limitations and cross-department coordination issues. Staff communication ability was positively assessed by domestic guests, but a clear gap existed in serving Mandarin-speaking guests. SOP consistency was generally sound, with situational inconsistencies in guest greetings. Guest satisfaction varied considerably, with a clear gap between guests with appointments and walk-in guests. These findings recommend technology infrastructure improvement, structured foreign-language training, standardized walk-in procedures, and strengthened SOP monitoring as strategic steps to improve service quality.

Keywords: *Service Quality, Receptionist, Guest Satisfaction, SERVQUAL, Qualitative Research.*

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan jasa pengelolaan properti korporat dituntut untuk menghadirkan layanan prima kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk tamu korporat, tenant, dan pengunjung gedung. Resepsionis, sebagai garda terdepan dalam layanan korporat, memegang peran krusial karena secara langsung merepresentasikan citra profesionalisme perusahaan. Pasca pemulihan industri properti dan perkantoran, permintaan terhadap layanan yang lebih personal, responsif, dan berorientasi pada pengalaman pelanggan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Kualitas layanan pun menjadi determinan krusial yang membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga pelaku usaha di sektor ini wajib terus membenahi standar layanannya untuk menjawab ekspektasi tamu yang terus berkembang.

PT Ataba Group Indonesia merupakan badan usaha yang bergerak di bidang pengelolaan properti dan layanan korporat, beroperasi di Gedung Autograph Tower, Jakarta Pusat, dan

melayani beragam kelompok tamu, baik korporat maupun perseorangan. Berbeda dengan konteks perhotelan konvensional, tamu dalam lingkungan corporate reception datang dalam kapasitas profesional dan bisnis, sehingga ekspektasi mereka terhadap kecepatan pelayanan, kemampuan komunikasi, dan konsistensi prosedur cenderung lebih formal dan berorientasi pada efisiensi kerja. Hasil riset pendahuluan dan wawancara awal yang dilakukan peneliti mengindikasikan adanya kesenjangan antara Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan perusahaan dengan realitas pelayanan yang diterima tamu di lapangan.

Kesenjangan ini penting untuk dikaji karena sedikitnya penelitian terdahulu yang secara spesifik mengkaji peran resepsionis pada konteks pengelolaan properti korporat, dan lebih sedikit lagi yang mengintegrasikan tiga dimensi kecepatan pelayanan, kemampuan komunikasi, dan konsistensi SOP dalam satu model kajian. SOP PT Ataba Group Indonesia menetapkan durasi registrasi tamu maksimal lima menit disertai kewajiban salam standar, namun observasi awal menunjukkan bahwa durasi rata-rata dapat mencapai delapan hingga dua belas menit dan salam standar tidak selalu diterapkan secara konsisten. Kesenjangan semacam ini, yang dalam literatur manajemen jasa dikenal sebagai *service delivery gap*, belum pernah dikaji secara empiris pada konteks perusahaan ini, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab tiga pertanyaan utama: (1) bagaimana kualitas pelayanan resepsionis PT Ataba Group Indonesia ditinjau dari ketanggapan, ketepatan prosedur registrasi, dan kemampuan menangani antrean pada jam sibuk; (2) bagaimana kemampuan komunikasi resepsionis dalam menyampaikan informasi, menangani keluhan, serta melayani tamu dari berbagai latar belakang bahasa; dan (3) bagaimana implementasi SOP oleh resepsionis dalam berbagai kondisi pelayanan. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan ketiga dimensi kualitas pelayanan tersebut secara mendalam serta merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan resepsionis guna mendukung peningkatan kepuasan tamu secara berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian SERVQUAL pada konteks corporate reception, serta kontribusi praktis bagi manajemen PT Ataba Group Indonesia dalam merumuskan kebijakan peningkatan layanan.

Penelitian ini secara khusus berupaya mengisi kekosongan kajian pada literatur kualitas pelayanan resepsionis melalui tiga kontribusi. Pertama, penelitian ini mengkaji secara simultan

tiga dimensi kualitas pelayanan yang selama ini lebih banyak dikaji secara terpisah pada penelitian-penelitian sebelumnya. Kedua, penelitian ini menempatkan konteks corporate reception—yang secara karakteristik berbeda dari perhotelan konvensional karena melayani tamu dalam kapasitas profesional dan bisnis—sebagai latar kajian yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur SERVQUAL yang tersedia. Ketiga, dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang menyertakan petikan verbatim wawancara dari berbagai kategori informan, penelitian ini menyediakan bukti empiris yang kaya konteks mengenai bagaimana kesenjangan antara SOP yang dirancang dan realitas layanan di lapangan benar-benar terjadi dan dialami oleh tamu.

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka teoretis penelitian ini disusun berdasarkan tiga pilar utama: manajemen kualitas pelayanan dan model SERVQUAL, konsep kepuasan pelanggan, serta kajian empiris terdahulu mengenai layanan resepsionis dan front office pada industri jasa.

1. Manajemen Kualitas Pelayanan dan Model SERVQUAL

Manajemen kualitas pelayanan merupakan serangkaian proses perencanaan, pengelolaan, pengendalian, dan peningkatan kualitas layanan yang dilakukan secara sistematis oleh suatu organisasi untuk memastikan setiap layanan yang diberikan memenuhi atau melampaui standar yang ditetapkan. Dalam industri jasa, sifat layanan yang tidak berwujud, heterogen, tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsinya, serta tidak dapat disimpan, menuntut organisasi merancang sistem pelayanan yang mampu mengakomodasi variabilitas interaksi antara staf garis depan dan pelanggan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengembangkan model SERVQUAL sebagai kerangka konseptual untuk mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi: tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan/konsistensi prosedur), responsiveness (ketanggapan/kecepatan pelayanan), assurance (jaminan), dan empathy (empati/komunikasi). Model ini menekankan bahwa kualitas pelayanan pada hakikatnya adalah kesenjangan (gap) antara ekspektasi pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang benar-benar diterima. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) memperluas kerangka ini dengan menegaskan bahwa penyampaian layanan berkualitas mensyaratkan keseimbangan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan pada setiap titik kontak layanan, sementara Zeithaml, Berry, dan Parasuraman

(1996) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki konsekuensi perilaku langsung terhadap niat pelanggan untuk tetap loyal maupun beralih ke penyedia jasa lain.

Bitner (1990) memperkaya kerangka ini melalui konsep *service encounter*, yang menyatakan bahwa lingkungan fisik dan kesiapan kedua belah pihak—penyedia maupun penerima layanan—turut memengaruhi efisiensi dan kualitas proses pelayanan. Relevan dengan konteks penelitian ini, tiga dimensi SERVQUAL yang menjadi fokus kajian adalah *responsiveness* (kecepatan pelayanan), yang mencakup kesiapan staf merespons kebutuhan tamu secara cepat dan tepat waktu; *assurance* dan *empathy* yang tercermin dalam kemampuan komunikasi staf; serta *reliability* yang tercermin dalam konsistensi penerapan SOP pada berbagai situasi pelayanan.

Ketiga dimensi tersebut tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman layanan secara utuh. Kecepatan pelayanan yang tinggi tanpa disertai komunikasi yang empatik berpotensi tetap menyisakan kesan layanan yang mekanis dan kurang personal, sementara konsistensi SOP yang kaku tanpa fleksibilitas terhadap situasi tamu yang beragam berisiko menurunkan persepsi keramahan layanan. Dengan demikian, manajemen kualitas pelayanan resepsionis yang efektif menuntut keseimbangan antara efisiensi operasional dan sensitivitas terhadap kebutuhan individual tamu, khususnya pada organisasi yang melayani basis tamu heterogen seperti perusahaan pengelolaan properti korporat.

2. Kepuasan Tamu

Oliver (1980) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respons evaluatif dan emosional yang muncul dari perbandingan antara ekspektasi awal pelanggan dan kinerja aktual layanan yang diterima. Kim dan So (2022) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak semata melibatkan evaluasi rasional, tetapi juga dimensi afektif yang mencerminkan pengalaman holistik pelanggan selama berinteraksi dengan penyedia jasa. Ketika layanan gagal memenuhi ekspektasi, Tax dan Brown (1998) menekankan pentingnya *service recovery* yang efektif—yakni serangkaian tindakan korektif yang cepat dan empatik—sebagai mekanisme untuk memulihkan kepuasan pelanggan pascakegagalan layanan.

Dalam konteks *corporate reception*, kepuasan tamu terbentuk melalui akumulasi pengalaman pada berbagai titik kontak: penampilan fisik area resepsionis, kecepatan proses registrasi, kualitas komunikasi staf, dan konsistensi prosedur pelayanan dari satu kunjungan ke

kunjungan berikutnya. Kesenjangan pada salah satu dimensi tersebut berpotensi menurunkan persepsi kepuasan tamu secara keseluruhan, sekalipun dimensi-dimensi lain telah dikelola dengan baik.

Penting untuk dicatat bahwa kepuasan tamu bersifat dinamis dan dapat berbeda antarsegmen tamu, bergantung pada karakteristik kunjungan mereka. Tamu yang datang dengan appointment umumnya memiliki ekspektasi yang telah terkalibrasi melalui komunikasi sebelumnya, sehingga toleransi mereka terhadap variasi kecil dalam waktu tunggu relatif lebih tinggi dibandingkan tamu yang datang tanpa persiapan. Sebaliknya, tamu walk-in maupun tamu dengan latar belakang bahasa yang berbeda dari staf cenderung memiliki ekspektasi yang belum terkalibrasi, sehingga lebih sensitif terhadap ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman aktual. Pemahaman terhadap heterogenitas ekspektasi ini menjadi penting bagi organisasi jasa dalam merancang strategi peningkatan kepuasan yang tepat sasaran, bukan sekadar perbaikan layanan yang bersifat umum dan seragam.

3. Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan kajian teoretis di atas, penelitian ini menyusun kerangka berpikir yang menempatkan tiga dimensi—kecepatan pelayanan (*responsiveness*), kemampuan komunikasi (*assurance* dan *empathy*), dan konsistensi penerapan SOP (*reliability*)—sebagai variabel deskriptif yang secara bersama-sama membentuk kualitas pelayanan resepsionis. Ketiga dimensi ini selanjutnya dideskripsikan kontribusinya terhadap kepuasan tamu, yang dipahami sebagai hasil evaluasi tamu atas kesesuaian antara ekspektasi dan pengalaman aktual layanan (Oliver, 1980). Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menguji hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian statistik, penelitian ini menempatkan kerangka berpikir tersebut sebagai peta konseptual untuk mengorganisasikan data kualitatif hasil wawancara dan observasi, sehingga temuan dapat disajikan secara sistematis menurut dimensi yang relevan.

Kerangka berpikir ini juga mengakomodasi faktor kontekstual di luar kendali langsung staf resepsionis, seperti status kedatangan tamu (*appointment* atau *walk-in*) dan latar belakang bahasa tamu, yang berdasarkan tinjauan pustaka terbukti memoderasi persepsi kualitas pelayanan pada berbagai konteks *hospitality* dan *corporate service*. Dengan memasukkan faktor kontekstual ini, penelitian diharapkan mampu menangkap kompleksitas nyata dari proses pelayanan resepsionis, bukan sekadar menilai kinerja staf secara terisolasi dari konteks interaksi layanan yang melingkupinya.

4. Kajian Empiris Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menjadi rujukan empiris bagi penelitian ini. Shikder dkk. (2025) menemukan bahwa kompetensi komunikasi staf front office berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, dan bahwa komunikasi yang tidak berjalan baik berpotensi meningkatkan ketidakpuasan pelanggan secara signifikan. Reynolds (2026) menegaskan bahwa kualitas pelayanan resepsionis yang berkontribusi besar terhadap kepuasan tamu membutuhkan dukungan sistem teknologi yang terintegrasi serta koordinasi lintas departemen yang efektif. Elshawesh dan Wada (2026) membuktikan bahwa kualitas pelayanan resepsionis yang dikelola secara terstruktur berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan customer delight pada sektor hospitality internasional.

Santos dan Ferreira (2025) menekankan bahwa kerangka manajemen kualitas pelayanan kontemporer perlu mengakomodasi berbagai dimensi secara terpadu—mulai dari pengelolaan kesenjangan ekspektasi-persepsi, evaluasi kinerja aktual layanan, hingga pengelolaan elemen interaksional dalam penyampaian layanan—yang secara kolektif membentuk kepuasan pelanggan. Berdasarkan tinjauan tersebut, tampak bahwa penelitian yang secara simultan mengkaji tiga dimensi kecepatan pelayanan, kemampuan komunikasi, dan konsistensi SOP dalam satu model terintegrasi pada konteks resepsionis perusahaan pengelolaan properti di Indonesia masih sangat terbatas. Kondisi inilah yang mendasari urgensi penelitian ini

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat kualitas pelayanan resepsionis di PT Ataba Group Indonesia berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti berupaya menggali pemahaman mendalam dari perspektif manusiawi—baik dari sisi resepsionis sebagai pemberi layanan maupun tamu sebagai penerima layanan—yang tidak dapat diperoleh melalui representasi statistik semata. Penelitian ini bersifat deskriptif dan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau hubungan kausal antarvariabel.

Penentuan informan mengacu pada prinsip purposive sampling sebagaimana dikemukakan Creswell (2014), yang menyatakan bahwa jumlah informan dalam penelitian kualitatif deskriptif ditentukan berdasarkan kedalaman informasi dan ketercapaian saturasi data, bukan representasi statistik. Penelitian ini melibatkan 22 informan yang terbagi dalam tiga kategori: (1) informan kunci, yaitu Manager Front Office yang memiliki wewenang

tertinggi terkait kebijakan dan SOP layanan; (2) informan utama, yaitu satu orang staf resepsionis aktif dengan masa kerja minimal enam bulan; dan (3) 20 informan pendukung, yaitu tamu PT Ataba Group Indonesia yang telah menggunakan layanan resepsionis minimal satu kali selama periode penelitian. Ringkasan profil informan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

Kategori Informan	Jumlah	Deskripsi	Rata-rata Durasi Wawancara
Informan Kunci	1 orang	Manager Front Office	± 30 menit
Informan Utama	1 orang	Staf Resepsionis aktif bertugas	± 25 menit
Informan Pendukung	20 orang	Tamu PT Ataba Group Indonesia (korporat dan perseorangan)	± 15 menit

Sumber: Data primer, diolah dari hasil wawancara Juni 2026

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik: observasi langsung terhadap kondisi area resepsionis dan interaksi pelayanan, wawancara mendalam (in-depth interview) dengan seluruh informan pada Juni 2026, dan dokumentasi berupa foto proses pelayanan serta dokumen SOP perusahaan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Analisis data kualitatif dalam penelitian ini diarahkan untuk menemukan pola, tema, dan makna yang terkandung dalam data (Bogdan & Biklen, 2007; Moleong, 2018). Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi antar-kategori informan (manajemen, staf, dan tamu), serta triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di area resepsionis PT Ataba Group Indonesia yang berlokasi di lantai 75 Gedung Autograph Tower, Jakarta Pusat. Area ini dirancang dengan konsep

modern dan elegan—meja resepsionis berbentuk kurva dengan material premium, layar LED besar, serta ruang tunggu bersofa kulit dengan pencahayaan hangat—yang berkontribusi pada pembentukan kesan pertama (first impression) yang positif bagi tamu. Kondisi fisik ini disajikan semata sebagai konteks lokasi penelitian dan tidak dianalisis sebagai dimensi tersendiri, mengingat penelitian ini secara sengaja membatasi fokus kajian pada tiga dimensi SERVQUAL yang telah dirumuskan sejak awal. Temuan lapangan selanjutnya diorganisasikan berdasarkan tiga dimensi utama kualitas pelayanan resepsionis: kecepatan pelayanan (responsiveness), kemampuan komunikasi (assurance dan empathy), dan konsistensi penerapan SOP (reliability), yang kemudian dikaitkan dengan tingkat kepuasan tamu secara keseluruhan.

Sebanyak 22 informan berpartisipasi dalam penelitian ini dan seluruhnya menunjukkan kesediaan untuk berbagi pengalaman secara terbuka, termasuk keluhan dan kritik terhadap layanan yang mereka terima. Keterbukaan ini penting dicatat karena mengindikasikan bahwa data yang terkumpul merepresentasikan pengalaman nyata di lapangan, bukan sekadar jawaban normatif yang cenderung diberikan pada penelitian dengan metode survei tertutup. Uraian temuan pada masing-masing dimensi berikut disertai petikan verbatim wawancara sebagai bukti empiris yang memperkuat kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini.

1. Kecepatan Pelayanan (Responsiveness)

Dalam kerangka SERVQUAL, dimensi responsiveness mengacu pada kesiapan dan kesediaan staf untuk membantu tamu serta memberikan layanan secara cepat dan tepat waktu (Parasuraman dkk., 1988). Hasil wawancara dengan staf resepsionis mengungkap bahwa keterlambatan pelayanan pada kondisi tertentu bersumber dari faktor operasional yang kompleks, sebagaimana disampaikan oleh staf resepsionis: “Untuk kendalanya, paling ada tamu yang tidak memiliki janji dan ingin bertemu dengan staf yang terkait. Yang kedua, keterlambatan pengisian ruang meeting yang tidak sesuai dengan jam booking” (Staf Resepsionis, Juni 2026). Pernyataan ini mengindikasikan bahwa persoalan kecepatan pelayanan tidak semata bersumber dari faktor internal staf, melainkan juga dipengaruhi perilaku tamu yang datang tanpa janji temu dan ketidaksesuaian jadwal pemakaian ruang rapat.

Manager Front Office memperkuat temuan tersebut dengan menyatakan: “Menurut kami, keterlambatan dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti volume tamu yang tinggi pada jam tertentu, kelengkapan data tamu yang belum siap, kendala sistem, atau kebutuhan

koordinasi dengan departemen lain” (Manager Front Office, Juni 2026). Pernyataan ini mengonfirmasi bahwa persoalan kecepatan pelayanan bersifat multifaktorial, melibatkan aspek sistem teknologi, koordinasi lintas departemen, dan kesiapan tamu itu sendiri—kondisi yang relevan dengan gagasan Bitner (1990) mengenai pentingnya kesiapan kedua belah pihak dalam pertemuan layanan, serta penegasan Reynolds (2026) bahwa kecepatan layanan resepsionis memerlukan dukungan sistem terintegrasi dan koordinasi lintas departemen yang efektif.

Perbedaan pengalaman antara tamu ber-appointment dan tamu walk-in tergambar jelas dalam wawancara. Seorang tamu korporat menyatakan: “Kalau saya sudah ada janji dulu, prosesnya cepat, tidak sampai 5 menit sudah langsung diarahkan ke ruangan. Tapi waktu saya datang tanpa janji, saya harus menunggu cukup lama karena resepsionis sedang menangani beberapa tamu sekaligus” (Tamu Korporat, Juni 2026). Tamu lain yang datang secara walk-in pada jam sibuk mengungkapkan waktu tunggu lebih dari sepuluh menit. Temuan ini menunjukkan bahwa durasi registrasi rata-rata bagi tamu ber-appointment berkisar 2–3 menit, sementara tamu walk-in dapat menunggu hingga 8–12 menit—jauh melampaui standar SOP perusahaan yang menetapkan batas maksimal 5 menit. Perbandingan durasi standar dan durasi aktual pelayanan berdasarkan status kedatangan tamu dirangkum pada Tabel 2.

Kesenjangan durasi ini menegaskan bahwa persoalan kecepatan pelayanan pada PT Ataba Group Indonesia bukan disebabkan oleh ketidakmampuan staf menjalankan SOP, melainkan oleh keterbatasan sistem pendukung yang belum mampu mengakomodasi variabilitas pola kedatangan tamu. Ketika volume tamu walk-in meningkat pada jam-jam tertentu, staf resepsionis dihadapkan pada situasi harus melayani beberapa tamu secara bersamaan tanpa dukungan sistem antrean digital maupun tambahan personel cadangan, sehingga waktu pelayanan per tamu secara alami memanjang. Kondisi ini memperkuat argumen Reynolds (2026) bahwa kecepatan layanan resepsionis yang optimal membutuhkan investasi pada sistem pendukung, bukan semata bergantung pada kompetensi individual staf.

Tabel 2. Perbandingan Durasi Standar SOP dan Durasi Aktual Pelayanan

Status Kedatangan Tamu	Durasi Standar SOP	Durasi Aktual (Rata-rata)	Keterangan
Tamu dengan appointment	Maksimal 5 menit	2–3 menit	Sesuai standar, dinilai memuaskan

Tamu walk-in (non-appointment)	Maksimal 5 menit	8–12 menit	Melampaui standar, dipengaruhi volume tamu dan koordinasi antardepartemen
--------------------------------	------------------	------------	---

Sumber: Hasil wawancara dan observasi lapangan, Juni 2026

2. Kemampuan Komunikasi (Assurance dan Empathy)

Hambatan komunikasi paling signifikan yang dihadapi staf resepsionis PT Ataba Group Indonesia adalah ketika melayani tamu asing yang tidak menguasai bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Staf resepsionis menjelaskan: “Paling kendalanya kalau ada tamu asing Cina yang tidak mengerti bahasa Indonesia dan tidak mengerti bahasa Inggris, serta tidak ada interpreter dari mereka” (Staf Resepsionis, Juni 2026). Temuan ini mengungkap service gap yang nyata dalam dimensi kemampuan komunikasi, sejalan dengan Shikder dkk. (2025) yang menegaskan bahwa kemampuan komunikasi staf front office merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan tamu, dan bahwa komunikasi yang tidak berjalan baik berpotensi meningkatkan ketidakpuasan pelanggan secara signifikan.

Kondisi ini juga diakui pihak manajemen. Manager Front Office menyatakan: “Kendala yang paling sering ditemui biasanya perbedaan bahasa, terutama saat melayani tamu asing, kemudian perbedaan pemahaman terhadap informasi yang disampaikan, serta komunikasi yang perlu dilakukan secara cepat dalam kondisi ramai” (Manager Front Office, Juni 2026). Seorang tamu korporat turut menyampaikan pengalaman serupa: “Secara keseluruhan komunikasinya baik. Hanya saja ketika saya membawa rekan dari Tiongkok, ada sedikit kendala karena rekan saya tidak bisa berbahasa Indonesia maupun Inggris dengan lancar, dan staf di sana tampak kesulitan berkomunikasi dalam bahasa Mandarin” (Tamu Korporat, Juni 2026). Pengakuan institusional ini menunjukkan kesadaran manajemen terhadap urgensi peningkatan kompetensi komunikasi lintas bahasa staf, yang direspons melalui program pelatihan internal, coaching, dan briefing rutin.

Kesenjangan komunikasi lintas bahasa ini juga perlu dipahami dalam kerangka yang lebih luas, yaitu bahwa PT Ataba Group Indonesia beroperasi di gedung perkantoran kelas

dunia yang secara alami menerima kunjungan tamu internasional dari berbagai latar belakang bahasa, tidak terbatas pada bahasa Mandarin semata. Meskipun temuan penelitian ini secara spesifik menyoroti hambatan bahasa Mandarin karena frekuensi kemunculannya yang paling menonjol dalam data wawancara, pola serupa berpotensi terjadi pada tamu berbahasa lain yang jumlahnya belum signifikan pada periode penelitian. Hal ini menegaskan pentingnya kebijakan kesiapan komunikasi lintas bahasa yang bersifat lebih luas dan tidak hanya berfokus pada satu bahasa asing tertentu, misalnya melalui penyediaan aplikasi penerjemah instan atau kerja sama dengan penyedia jasa interpreter on-call bagi tamu yang membutuhkan.

Menonjolnya hambatan bahasa Mandarin secara spesifik dalam temuan ini tidak dapat dilepaskan dari profil gedung tempat PT Ataba Group Indonesia beroperasi. Autograph Tower merupakan gedung perkantoran Grade A di kawasan superblok Thamrin Nine, CBD Jakarta Pusat, yang secara eksplisit diposisikan sebagai lokasi kantor bagi perusahaan multinasional dan mitra bisnis asing yang mencari alamat representatif di jantung Jakarta. Karakteristik gedung yang berorientasi internasional ini secara alami menghadirkan arus kunjungan tamu dan mitra korporat lintas negara, termasuk dari kawasan Tiongkok dan Asia Timur yang selama ini menjadi salah satu sumber investasi dan kemitraan bisnis terbesar bagi perusahaan-perusahaan yang berkantor di gedung perkantoran premium Jakarta. Meskipun penelitian ini tidak memiliki data resmi mengenai komposisi kebangsaan tenant maupun klien PT Ataba Group Indonesia secara menyeluruh, frekuensi kemunculan tamu berbahasa Mandarin dalam data wawancara mengindikasikan bahwa kelompok tamu ini merupakan salah satu segmen tamu asing yang paling rutin berkunjung ke gedung. Kondisi inilah—bukan semata keterbatasan kompetensi bahasa staf secara umum—yang menjadikan hambatan bahasa Mandarin krusial untuk segera ditangani, karena berpotensi berulang pada frekuensi kunjungan yang relatif tinggi dibandingkan tamu berbahasa asing lainnya.

Di sisi lain, aspek positif kemampuan komunikasi teridentifikasi dalam penanganan keluhan tamu. Staf resepsionis mendeskripsikan prosedur penanganan keluhan yang diterapkan secara sistematis: “Yang pertama, kita mendengarkan keluhan dengan baik. Yang kedua, meminta maaf. Yang ketiga, mencatat masalah. Yang keempat, memberi solusi dan tindakan” (Staf Resepsionis, Juni 2026). Prosedur empat langkah ini mencerminkan penerapan prinsip *service recovery* yang komprehensif sebagaimana dikemukakan Tax dan Brown (1998), yang menekankan bahwa empati dan tindakan korektif yang cepat merupakan komponen paling

menentukan dalam memulihkan kepuasan pelanggan pascakegagalan layanan.

Gambar 1. Alur Penanganan Keluhan Tamu (4 Langkah)

Langkah 1	→ Langkah 2	→ Langkah 3	→ Langkah 4
Mendengarkan keluhan tamu dengan baik	Meminta maaf secara tulus atas ketidaknyamanan	Mencatat masalah untuk ditindaklanjuti	Memberikan solusi dan tindak lanjut

Sumber: Diadaptasi dari hasil wawancara dengan Staf Resepsionis, Juni 2026.

3. Konsistensi Penerapan SOP (Reliability)

Dimensi reliability dalam SERVQUAL mengacu pada kemampuan organisasi memberikan layanan secara konsisten dan akurat sesuai standar yang dijanjikan. Beberapa informan tamu mengungkapkan adanya perbedaan cara penyambutan dari satu kunjungan ke kunjungan berikutnya, yang memengaruhi persepsi profesionalisme layanan. Seorang tamu korporat menyatakan: “Setiap kali saya datang, cara sambutan resepsionisnya kadang berbeda-beda. Ada yang langsung menyapa dengan salam dan menanyakan keperluan, tapi ada juga yang menunggu saya yang memulai duluan. Jadi tidak selalu konsisten” (Tamu Korporat, Juni 2026).

Inkonsistensi yang ditemukan bersifat situasional—terjadi pada kondisi ketika tamu berada dalam keadaan terburu-buru sehingga langsung memasuki ruangan tanpa menyelesaikan proses registrasi, sehingga salam standar tidak dapat dilaksanakan. Dengan demikian, inkonsistensi ini tidak semata mencerminkan kelalaian staf, melainkan turut dipengaruhi oleh perilaku dan urgensi tamu itu sendiri. Meski demikian, kondisi ini tetap memerlukan perhatian dan pengawasan yang lebih serius dari manajemen agar tidak berkembang menjadi permasalahan yang berdampak pada kepercayaan tamu dalam jangka panjang.

Temuan mengenai konsistensi SOP ini sejalan dengan karakteristik dimensi reliability dalam SERVQUAL, yang menuntut organisasi memberikan layanan yang dapat diandalkan dan akurat secara berulang, bukan hanya pada kondisi ideal. Ketika prosedur baku hanya dapat dijalankan secara konsisten pada situasi normal namun cenderung terlewat pada situasi darurat atau tergesa-gesa, kualitas pelayanan secara keseluruhan berisiko dipersepsikan tidak dapat diandalkan oleh tamu yang kebetulan mengalami situasi tersebut. Oleh karena itu, penguatan

SOP idealnya turut menyertakan skenario-skenario pengecualian, seperti panduan singkat mengenai cara menyampaikan salam standar secara ringkas ketika tamu dalam kondisi tergesa-gesa, sehingga esensi keramahan layanan tetap terjaga tanpa menghambat kebutuhan tamu yang mendesak.

4. Tingkat Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu, sebagaimana dikemukakan Oliver (1980), merupakan respons evaluatif yang muncul dari perbandingan antara ekspektasi awal dan kinerja aktual layanan yang diterima. Hasil wawancara menunjukkan bahwa persepsi kepuasan tamu terhadap pelayanan resepsionis PT Ataba Group Indonesia bervariasi dan belum sepenuhnya merata di seluruh segmen tamu. Persepsi kepuasan sangat dipengaruhi oleh status kedatangan tamu, di mana tamu ber-appointment secara konsisten memberikan penilaian lebih tinggi dibandingkan tamu walk-in.

Tabel 3 merangkum secara ringkas perbedaan temuan antara tamu ber-appointment dan tamu walk-in pada ketiga dimensi yang dikaji.

Tabel 3. Matriks Perbandingan Temuan: Tamu Appointment vs Tamu Walk-in

Dimensi	Tamu Appointment	Tamu Walk-in
Kecepatan pelayanan (responsiveness)	Registrasi 2–3 menit, sesuai standar SOP	Menunggu 8–12 menit, melampaui standar SOP
Konsistensi SOP (reliability)	Salam standar umumnya diterapkan konsisten	Rawan terlewat saat tamu tergesa-gesa/volume tinggi
Kepuasan tamu	Konsisten tinggi; ekspektasi telah terkalibrasi	Rendah dan tidak konsisten; sensitif terhadap waktu tunggu

Sumber: Disintesis dari hasil wawancara dan observasi lapangan, Juni 2026

Terdapat kesenjangan yang signifikan antara dua segmen tamu. Tamu dengan appointment cenderung mengungkapkan pengalaman positif dan merasa terlayani dengan baik, sementara tamu walk-in secara konsisten menyampaikan ketidakpuasan akibat waktu tunggu yang lama dan tidak dapat diprediksi. Tamu berbahasa Mandarin turut menyampaikan ketidakpuasan akibat hambatan komunikasi yang belum tertangani. Berdasarkan hasil

wawancara, aspek kecepatan pelayanan dan konsistensi SOP menjadi dua dimensi yang paling banyak dikeluhkan informan tamu, dan menjadi penyumbang utama rendahnya skor kepuasan secara keseluruhan. Kondisi ini sejalan dengan Santos dan Ferreira (2025) yang menekankan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh interaksi personal, responsivitas layanan, dan konsistensi kinerja yang secara kolektif membentuk persepsi pelanggan secara menyeluruh. Sebaliknya, pada dua dimensi yang dikaji dalam penelitian ini, aspek yang dinilai positif oleh tamu meliputi keramahan staf dalam komunikasi berbahasa Indonesia serta responsivitas terhadap permintaan khusus. Beberapa informan turut menyinggung kesan positif terhadap kondisi fisik area resepsionis secara sepintas; namun karena dimensi tangibles berada di luar cakupan tiga dimensi yang dirumuskan dalam kerangka penelitian ini (lihat bagian 2.3), aspek tersebut tidak dianalisis lebih lanjut sebagai temuan dan disebutkan di sini semata sebagai catatan konteks, sekaligus menjadi salah satu arah bagi penelitian lanjutan yang ingin mengintegrasikan dimensi tangibles secara utuh.

Secara ringkas, empat temuan utama penelitian ini adalah: (1) kecepatan pelayanan memuaskan bagi tamu ber-appointment namun bermasalah pada kondisi walk-in dan jam sibuk akibat keterbatasan sistem dan koordinasi; (2) kemampuan komunikasi staf dinilai positif oleh tamu domestik namun menghadapi hambatan signifikan dalam melayani tamu berbahasa Mandarin; (3) konsistensi SOP secara umum baik dengan inkonsistensi situasional pada prosedur penyambutan; dan (4) kepuasan tamu menunjukkan variasi signifikan antarsegmen, dengan tamu walk-in dan tamu berbahasa Mandarin secara konsisten mengungkapkan ketidakpuasan. Temuan ini menegaskan bahwa perbaikan menyeluruh terhadap kualitas pelayanan resepsionis menjadi kebutuhan mendesak bagi PT Ataba Group Indonesia untuk menjangkau seluruh segmen tamu secara setara dan profesional, sejalan dengan penegasan Elshawesh dan Wada (2026) bahwa pengelolaan kualitas pelayanan resepsionis yang terstruktur berkontribusi langsung terhadap kepuasan dan customer delight.

5. Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, temuan penelitian ini memperkuat relevansi model SERVQUAL (Parasuraman dkk., 1988) pada konteks corporate reception yang selama ini lebih banyak dikaji pada industri perhotelan konvensional. Ketiga dimensi yang dikaji—responsiveness, assurance/empathy, dan reliability—terbukti saling berkaitan dan sama-sama berkontribusi terhadap pembentukan persepsi kepuasan tamu secara holistik, sejalan dengan penegasan

Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996) bahwa kualitas pelayanan memiliki konsekuensi perilaku yang nyata terhadap loyalitas pelanggan. Yang menarik, penelitian ini menemukan bahwa kesenjangan layanan (*service delivery gap*) yang dialami tamu walk-in dan tamu berbahasa Mandarin bersifat segmental, bukan menyeluruh—suatu pola yang belum banyak diungkap dalam kajian SERVQUAL konvensional yang cenderung menilai kepuasan secara agregat tanpa memilah segmen tamu.

Pola segmental ini juga memperkaya pemahaman mengenai konsep *service encounter* yang dikemukakan Bitner (1990). Jika Bitner menekankan kesiapan kedua belah pihak sebagai prasyarat efisiensi layanan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ketidaksiapan salah satu pihak—dalam hal ini tamu yang datang tanpa *appointment* atau tanpa pendamping penerjemah—dapat menciptakan kesenjangan layanan yang secara sistemik sulit dihindari oleh staf sekalipun staf telah menjalankan SOP secara benar. Implikasinya, pengukuran kualitas pelayanan pada konteks *corporate reception* perlu mempertimbangkan variabel kesiapan tamu sebagai faktor kontekstual, bukan semata faktor kinerja staf.

Secara praktis, temuan ini memberikan basis empiris bagi manajemen PT Ataba Group Indonesia untuk merancang intervensi yang tepat sasaran pada masing-masing segmen tamu, alih-alih menerapkan kebijakan generik bagi seluruh tamu. Penguatan infrastruktur teknologi dan prosedur walk-in akan menjawab kesenjangan pada dimensi *responsiveness*, sementara program pelatihan bahasa asing terstruktur akan menjawab kesenjangan pada dimensi *assurance/empathy*. Kombinasi strategi berbasis segmen ini diperkirakan akan lebih efisien secara biaya dan lebih efektif dalam meningkatkan skor kepuasan tamu secara keseluruhan dibandingkan pendekatan perbaikan layanan yang tidak dibedakan menurut segmen.

Temuan ini juga relevan bagi organisasi jasa pengelolaan properti korporat lain di Indonesia yang menghadapi karakteristik basis tamu serupa, yaitu perpaduan antara tamu korporat domestik, tamu internasional, dan pengunjung tanpa janji temu sebelumnya. Prosedur empat langkah penanganan keluhan yang telah diterapkan secara konsisten oleh staf resepsionis PT Ataba Group Indonesia—mendengarkan, meminta maaf, mencatat, dan memberikan solusi—dapat dijadikan praktik baik (*best practice*) yang direplikasi oleh organisasi jasa sejenis, sementara kesenjangan pada dimensi kecepatan pelayanan dan kemampuan komunikasi lintas bahasa menjadi peringatan dini bagi organisasi lain untuk mengantisipasi kebutuhan serupa sebelum menjadi sumber ketidakpuasan tamu yang meluas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis PT Ataba Group Indonesia secara umum berada pada level baik, namun masih menyisakan kesenjangan yang perlu ditangani manajemen secara serius. Pertama, kecepatan pelayanan dinilai memuaskan bagi tamu ber-appointment (durasi registrasi 2–3 menit), tetapi tamu walk-in menghadapi waktu tunggu hingga 8–12 menit, jauh melampaui standar SOP lima menit, akibat faktor eksternal seperti ketidaksiapan dokumen tamu, keterbatasan infrastruktur, dan kurangnya koordinasi antardepartemen. Kedua, kemampuan komunikasi resepsionis menunjukkan kesenjangan nyata antara layanan bagi tamu domestik dan tamu asing berbahasa Mandarin, meskipun staf telah menerapkan prosedur penanganan keluhan empat langkah secara sistematis. Ketiga, konsistensi penerapan SOP secara umum baik, dengan inkonsistensi yang bersifat situasional pada prosedur penyambutan tamu yang tergesa-gesa. Keempat, tingkat kepuasan tamu menunjukkan variasi signifikan antarsegmen, di mana tamu walk-in dan tamu berbahasa Mandarin secara konsisten mengungkapkan ketidakpuasan akibat waktu tunggu, inkonsistensi penyambutan, dan hambatan komunikasi.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah strategis bagi PT Ataba Group Indonesia: peningkatan infrastruktur teknologi, khususnya stabilitas koneksi internet di area resepsionis, sebagai prioritas utama karena berdampak langsung pada efisiensi registrasi; penyusunan program pelatihan bahasa Mandarin yang terstruktur dan berkelanjutan bagi staf resepsionis, dengan penyediaan kartu komunikasi visual sebagai solusi jangka pendek; perumusan prosedur khusus penanganan tamu walk-in yang terstandardisasi, termasuk pertimbangan sistem pre-registration berbasis digital; serta penguatan mekanisme monitoring dan evaluasi konsistensi SOP melalui supervisi langsung dan program mystery guest secara periodik. Bagi staf resepsionis, konsistensi penerapan prosedur registrasi standar kepada seluruh tamu tanpa terkecuali, serta peningkatan inisiatif mempelajari bahasa asing secara mandiri, menjadi langkah pelengkap yang penting.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan informan tamu yang belum menyertakan tamu asing berbahasa Mandarin secara langsung sebagai informan, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah dan keragaman informan, memperdalam kajian dengan metode observasi partisipatif, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti loyalitas tamu dan penggunaan teknologi dalam layanan resepsionis. Replikasi

penelitian serupa pada perusahaan pengelolaan properti korporat lain di Indonesia turut dianjurkan untuk memperkuat validitas eksternal temuan dan membangun body of knowledge yang lebih kuat mengenai kualitas pelayanan resepsionis pada konteks hospitality korporat Indonesia.

Selain keterbatasan cakupan informan, penelitian ini juga dibatasi oleh rentang waktu pengumpulan data yang relatif singkat, yakni satu bulan pengamatan pada Juni 2026, sehingga belum dapat menangkap kemungkinan variasi musiman dalam volume dan karakteristik kunjungan tamu, misalnya pada periode akhir tahun atau awal tahun anggaran ketika intensitas kunjungan korporat cenderung meningkat. Penelitian mendatang yang mengambil data pada rentang waktu lebih panjang berpotensi memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai konsistensi kualitas pelayanan resepsionis dari waktu ke waktu. Terlepas dari keterbatasan tersebut, penelitian ini tetap memberikan kontribusi empiris yang berarti dalam mengungkap kesenjangan nyata antara standar operasional yang dirancang dan pengalaman aktual tamu, sekaligus menawarkan arah perbaikan yang konkret dan dapat segera diimplementasikan oleh manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69–82.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods* (5th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Elshawesh, Y., & Wada, I. (2026). Service quality and customer satisfaction: The mediating role of customer delight. *International Review of Management and Marketing*, 16(2), 273–287.
- Kim, M., & So, K. K. F. (2022). Revisiting the service quality-customer satisfaction framework in hospitality and tourism contexts. *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 52, 185–197.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- 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.
- Reynolds, A. (2026). Linking operational performance to guest satisfaction in hotel management. *OTS Canadian Journal*, 5(1), 58–72.
- Santos, F., & Ferreira, M. (2025). Contemporary service quality frameworks: Integrating expectation gaps, performance evaluation, and interactional elements. *Journal of Tourism and Global Perspectives*, 9(3), 112–130.
- Shikder, R., et al. (2025). Communication competence of hotel front office staff and its impact on guest satisfaction. *International Journal of Hotel Management*, 19(4), 201–218.
- Tax, S. S., & Brown, S. W. (1998). Recovering and learning from service failure. *Sloan Management Review*, 40(1), 75–88.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press.