

## INTISARI

Penyajian layanan yang memberikan kenyamanan dipertimbangkan sebagai suatu strategi untuk sukses dan tetap hidup dalam lingkungan persaingan saat ini. Layanan adalah suatu kegiatan yang memberikan manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual ke konsumen. Kualitas layanan memiliki peran yang sangat penting bagi kesuksesan bisnis jasa. Dalam bisnis jasa, interaksi konsumen dengan penyedia jasa sangat tinggi, mengingat pada sebagian besar bisnis jasa, pelanggan dituntut keterlibatan dan partisipasinya dalam proses produksi dan konsumsi. Dengan demikian, pelanggan memiliki kesempatan untuk menilai secara kritis kualitas jasa yang disediakan. Pelanggan akan menilai kualitas pelayanan dengan membandingkan antara pelayanan yang diperoleh dengan pelayanan yang diharapkan. Karena itu, kualitas jasa memainkan peran penting dalam memberi nilai tambah terhadap pengalaman jasa secara keseluruhan. Namun selain kualitas layanan, alternatif strategi yang bisa digunakan untuk mempertahankan posisi dalam persaingan hotel berbintang adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas kepada tamu, melainkan juga memberikan kenyamanan layanan (*service convenience*).

Diantara beberapa hotel berbintang lima di Surabaya, Hotel Shangri-La adalah hotel berbintang lima yang sudah dikenal dan diakui di seluruh dunia karena jaringan hotel yang tersedia di hampir seluruh dunia, fasilitas yang memuaskan dan layanan yang baik. Hal ini dibuktikan dari berbagai penghargaan yang telah berhasil diterima oleh Hotel Shangri-La.

Penelitian ini menggunakan lingkup bahasan pada *service convenience* Hotel Shangri-La menurut persepsi pelanggan di Surabaya. Parameter yang akan digunakan untuk meneliti *service convenience* adalah lima jenis *service convenience*, yaitu *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *postbenefit convenience*.

Hasil wawancara dengan para responden menemukan bahwa *Decision convenience* Hotel Shangri-La dinyatakan dalam bentuk: proses reservasi yang mudah dan cepat. *Access convenience* Hotel Shangri-La dinyatakan dalam bentuk: proses *check-in* yang mudah dan cepat, serta kerja resepsionis yang cepat. *Transaction convenience* Hotel Shangri-La dinyatakan dalam bentuk: proses pembayaran yang mudah dan cepat. *Benefit convenience* Hotel Shangri-La dinyatakan dengan mudah menghubungi *room service*, *room service* cepat datang, *room service* cepat membersihkan kamar, dan melayani permintaan khusus. *Post-benefit convenience* dinyatakan dengan pengambilan bagasi yang mudah dan cepat.

Kata kunci : *service convenience*, *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, *postbenefit convenience*.

## ABSTRAK

Presentation services that provide comfort to be considered as a strategy to succeed and survive in the current competitive environment. Service is an activity that provides benefits or satisfaction offered for sale to consumers. Quality of service has a crucial role for the success of service businesses. In business services, consumer interaction with service providers is very high, given that in most service businesses, customers demanded involvement and participation in the process of production and consumption. Thus, customers have the opportunity to critically assess the quality of service provided. Customers will assess service quality by comparing the services provided by the expected service. Therefore, the quality of services plays an important role in adding value to the overall service experience. But besides the quality of service, alternative strategies that could be used to maintain its position in the competition of five-star hotel is to provide quality service to guests, but also provides convenient service (service convenience). Among the leading five star hotels in Surabaya, Hotel Shangri-La is a five-star hotels which are well known and recognized throughout the world for hotel chains that are available in almost all the world, a satisfactory facilities and good service. This is evidenced from the numerous awards that have been successfully received by the Hotel Shangri-La. This study uses the scope of the discussion on service convenience Hotel Shangri-La by the perception of customers in Surabaya. The parameters will be used to examine the five types of service convenience is a convenience service, namely decision convenience, access convenience, transaction convenience, benefit and convenience and postbenefit convenience. Results of interviews with the respondents found that the decision convenience Hotel Shangri-La is expressed in the form: the reservation process easy and fast. Access convenience Hotel Shangri-La is expressed in the form: check-in process easier and faster, and receptionist work fast. Transaction convenience Hotel Shangri-La is expressed in the form of: the process easy and fast payment. Benefit Shangri-La Hotel convenience otherwise easily contact room service, room service came quickly, fast room service clean room, and serving a special request. Post-benefit convenience expressed with baggage that is easy and fast.

Keyword : *service convenience, decision convenience, access convenience, transaction convenience, benefit convenience, postbenefit convenience.*