ISSN: 1411-1527
E-ISSN: 2599-0209
Homepage: http://jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id/index.php/JIP/index DOI: https://doi.org/10.30647/jip.v31i3.2121

Eksplorasi Kualitas Pelayanan pada Restoran Etnik Indonesia: Perspektif Konsumen Lokal di Restoran Bali in Paradise, Gold Coast, Australia

Tondi Surya Lesmana, Dina Mayasari Soeswoyo*
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

*dinamayasari3@gmail.com

Informasi Artikel
Received: 2 September 2026
Accepted: 11 November 2026
Published: 23 November 2026

Keywords:
service quality, SERVQUAL, ethnic restaurant, customer experience, cross-cultural communication

Abstract
This study aims to examine local customers' perceptions of service quality at Bali in Paradise Restaurant, Gold Coast, Australai, using the SERVQUAL framework and to identify contextual factors influencing those perceptions. A qualitative case study approach was employed, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings indicate that customers perceive the restaurant's service quality positively across the five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The study also identifies four contextual factors that strengthen service quality implementation: staff cultural competence, cross-cultural communication, authentic servicescape, *and operational consistency. These findings suggest that service quality in ethnic restaurants is influenced not only by the implementation of SERVQUAL dimensions but also by the restaurant's ability to deliver an authentic cultural dining experience. The study contributes to the understanding of service quality within the context of ethnic restaurants in international hospitality settings.*

Kata Kunci:
kualitas pelayanan, SERVQUAL, restoran etnik, pengalaman pelanggan, komunikasi lintas budaya

Abstrak
Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi konsumen lokal terhadap kualitas pelayanan di Restoran Bali in Paradise, Gold Coast, Australia, berdasarkan dimensi SERVQUAL serta mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi persepsi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Restoran Bali in Paradise Australia dipersepsikan positif pada lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, **dan** empathy**.** Selain itu, penelitian mengidentifikasi empat faktor kontekstual yang memperkuat implementasi kualitas pelayanan, yaitu kompetensi budaya staf, komunikasi lintas budaya, *servicescape* yang autentik, dan konsistensi operasional. Penelitian ini berkontribusi dengan menunjukkan bahwa faktor-faktor kontekstual khas restoran etnik memperkuat implementasi dimensi SERVQUAL dalam membentuk persepsi kualitas pelayanan pelanggan

PENDAHULUAN

Industri restoran merupakan salah satu bagian penting dari sektor pariwisata dan hospitality yang tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga membentuk pengalaman wisatawan dan memperkuat daya tarik suatu destinasi. Seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan perkembangan wisata kuliner, keberadaan restoran etnik di berbagai negara semakin berkembang. Restoran etnik tidak hanya menawarkan makanan dari negara atau budaya tertentu, tetapi juga menghadirkan representasi identitas budaya melalui produk kuliner, suasana restoran, dan interaksi pelayanan. Dalam konteks ini, restoran etnik dapat menjadi ruang pertemuan budaya sekaligus media untuk memperkenalkan kekayaan kuliner suatu negara kepada masyarakat internasional (Ellis et al., 2018; Stone et al., 2020; Suntikul, 2017; Yayusman et al., 2023).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting yang membentuk penilaian pelanggan terhadap pengalaman bersantap. Dalam industri hospitality, kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggan melalui fasilitas, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan perhatian yang diberikan selama proses pelayanan. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) telah banyak digunakan untuk memahami kualitas pelayanan melalui lima dimensi, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*. Berbagai penelitian menunjukkan relevansi dimensi tersebut dalam menjelaskan persepsi kualitas pelayanan serta hubungannya dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada sektor hospitality (Anggraeni & Soeswoyo, 2025; Han & Hyun, 2017; Ladhari, 2009; Nunkoo et al., 2017). Meskipun demikian, kualitas pelayanan tidak selalu dapat dipahami hanya melalui standar operasional, karena karakteristik lingkungan dan interaksi pelayanan turut memengaruhi bagaimana pelanggan mengevaluasi layanan yang diterima (Paulose & Shakeel, 2022; Rather, 2021).

Karakteristik tersebut menjadi semakin penting pada restoran etnik yang melayani pelanggan dengan latar belakang budaya berbeda dari budaya asal restoran. Dalam situasi ini, pelanggan tidak hanya mengevaluasi ketepatan dan kecepatan pelayanan, tetapi juga dapat mempertimbangkan kemampuan staf dalam menjelaskan menu, memahami preferensi pelanggan, serta menghadirkan suasana yang mencerminkan identitas budaya restoran. Lingkungan fisik atau *servicescape*, misalnya, tidak hanya berfungsi menciptakan kenyamanan, tetapi juga dapat menjadi representasi budaya melalui dekorasi, musik, tata ruang, dan elemen visual lainnya (Bitner, 1992; Handani et al., 2022; Jang & Ha, 2021; Kim & Lee, 2022). Demikian pula, kompetensi staf dan komunikasi lintas budaya berperan dalam membantu pelanggan memahami karakteristik kuliner yang mungkin belum familiar bagi mereka. Dengan demikian, pengalaman pelayanan pada restoran etnik memiliki karakteristik yang lebih kompleks karena melibatkan perpaduan antara aspek fungsional pelayanan dan interaksi budaya.

Meskipun penelitian mengenai kualitas pelayanan dan penerapan SERVQUAL telah berkembang dalam industri hospitality, masih terdapat ruang untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana kelima dimensi tersebut diwujudkan dalam konteks restoran etnik yang beroperasi di pasar internasional. Penelitian terdahulu banyak menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan maupun loyalitas pelanggan (Nunkoo et al., 2017; Tothova et al., 2022). Sementara itu, kajian mengenai restoran etnik telah menyoroti pentingnya autentisitas dan pengalaman budaya dalam

membentuk evaluasi pelanggan (Handani et al., 2022; Jang & Ha, 2021; Kim & Lee, 2022). Namun, hubungan antara faktor-faktor kontekstual tersebut dengan implementasi masing-masing dimensi SERVQUAL dalam proses pelayanan lintas budaya masih perlu dieksplorasi lebih lanjut. Secara khusus, pemahaman mengenai bagaimana kompetensi budaya staf, komunikasi lintas budaya, keautentikan *servicescape*, dan konsistensi operasional berperan dalam membentuk persepsi kualitas pelayanan pelanggan pada restoran etnik Indonesia di luar negeri masih relatif terbatas.

Restoran Bali in Paradise di Gold Coast, Australia, menjadi konteks yang relevan untuk mengeksplorasi persoalan tersebut. Sebagai restoran etnik Indonesia yang melayani pelanggan yang berdomisili maupun beraktivitas di Australia, restoran ini menghadirkan interaksi pelayanan antara representasi kuliner dan budaya Indonesia dengan pelanggan dari latar belakang budaya yang beragam. Kondisi tersebut menuntut pengelola tidak hanya menjaga standar pelayanan restoran, tetapi juga memastikan bahwa staf mampu menjelaskan karakteristik menu, berkomunikasi secara efektif, dan menghadirkan suasana restoran yang mendukung pengalaman budaya. Di sisi lain, kemampuan mempertahankan konsistensi pelayanan dalam berbagai kondisi operasional juga menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Berdasarkan konteks dan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi persepsi konsumen lokal terhadap kualitas pelayanan di Restoran Bali in Paradise, Gold Coast, Australia, dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL sebagai kerangka analisis, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi implementasinya dalam lingkungan pelayanan lintas budaya. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menambahkan dimensi baru pada SERVQUAL, melainkan memberikan pemahaman kontekstual mengenai bagaimana kompetensi budaya staf, komunikasi lintas budaya, keautentikan *servicescape*, dan konsistensi operasional berinteraksi dengan penerapan lima dimensi kualitas pelayanan. Kontribusi penelitian terletak pada sintesis empiris mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan dan pengalaman budaya pelanggan dalam konteks restoran etnik Indonesia di pasar internasional. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian kualitas pelayanan pada industri hospitality serta memberikan masukan praktis bagi pengelola restoran etnik dalam mengintegrasikan standar pelayanan dengan pengalaman budaya yang autentik.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan dalam Industri Hospitality

Kualitas pelayanan merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk kepuasan, loyalitas, dan niat berkunjung kembali pelanggan pada industri hospitality. Berbeda dengan produk berwujud, pelayanan pada sektor hospitalitas bersifat tidak berwujud (*intangible*), diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan (*inseparability*), serta sangat dipengaruhi oleh interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan (Kotler et al., 2021). Oleh karena itu, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir pelayanan, tetapi juga oleh keseluruhan pengalaman yang diperoleh selama proses pelayanan berlangsung.

Dalam industri restoran, kualitas pelayanan memiliki peran strategis karena berpengaruh terhadap evaluasi pelanggan terhadap pengalaman bersantap secara keseluruhan. Han & Hyun (2017) menjelaskan bahwa pelayanan yang konsisten, responsif, dan berorientasi pada

kebutuhan pelanggan mampu meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas pelanggan. Sementara itu, Rather (2021) menegaskan bahwa kualitas pelayanan juga berkontribusi dalam membentuk *customer experience*, yang pada akhirnya menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif pada industri hospitality.

Perkembangan kajian terkini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak lagi dipandang hanya sebagai proses penyampaian layanan, tetapi sebagai pengalaman yang dibangun melalui interaksi antara pelanggan, lingkungan fisik (*servicescape*), serta kompetensi sumber daya manusia (Bitner, 1992; Lupiyoadi & Hamdani, 2016; Nunkoo et al., 2017; Rather, 2021; Soeswoyo, 2023; Supartini et al., 2017). Dengan demikian, evaluasi kualitas pelayanan pada restoran perlu mempertimbangkan aspek fungsional maupun pengalaman pelanggan secara holistik.

SERVQUAL dalam Konteks Restoran Etnik

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al., (1988) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Model ini menjelaskan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dibentuk oleh lima dimensi utama, yaitu *tangibles, reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut telah diaplikasikan secara luas dalam berbagai penelitian pada sektor hotel, restoran, transportasi, dan destinasi wisata (Ladhari, 2009; Nunkoo et al., 2017).

Pada konteks restoran, dimensi *tangibles* berkaitan dengan kebersihan, fasilitas, penampilan karyawan, dan lingkungan fisik restoran. *Reliability* menunjukkan kemampuan restoran memberikan pelayanan secara konsisten sesuai harapan pelanggan, sedangkan responsiveness menggambarkan kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan. Sementara itu, *assurance* mencerminkan kompetensi, kesopanan, dan kemampuan staf dalam membangun kepercayaan pelanggan, sedangkan *empathy* menunjukkan perhatian personal terhadap kebutuhan pelanggan (Parasuraman et al., 1988).

Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan SERVQUAL pada restoran etnik memerlukan perhatian terhadap karakteristik budaya yang melatarbelakangi interaksi pelayanan. Jang & Ha (2021) menjelaskan bahwa pelanggan restoran etnik tidak hanya mengevaluasi kualitas pelayanan berdasarkan aspek operasional, tetapi juga berdasarkan kemampuan restoran menghadirkan pengalaman budaya yang autentik. Oleh karena itu, dimensi SERVQUAL pada restoran etnik sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti komunikasi lintas budaya, kemampuan staf menjelaskan budaya kuliner, dan atmosfer restoran yang mencerminkan identitas budaya asal.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa SERVQUAL tetap relevan sebagai kerangka analisis kualitas pelayanan, namun implementasinya perlu dipahami sesuai karakteristik lingkungan pelayanan yang berbeda, termasuk pada restoran etnik Indonesia yang beroperasi di pasar internasional

Pelayanan Lintas Budaya

Restoran etnik memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan restoran pada umumnya karena tidak hanya menawarkan makanan, tetapi juga menyajikan pengalaman budaya kepada pelanggan. Konsep *cultural dining experience* menjelaskan bahwa pelanggan memperoleh pengalaman melalui kombinasi kualitas makanan, pelayanan, suasana restoran, serta interaksi sosial yang mencerminkan identitas budaya

tertentu (Ellis et al., 2018; Stone et al., 2020).

Dalam konteks tersebut, *servicescape* berperan sebagai elemen penting yang membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Bitner (1992) menyatakan bahwa lingkungan fisik mampu memengaruhi respons emosional pelanggan dan membentuk persepsi terhadap kualitas layanan. Pada restoran etnik, *servicescape* tidak hanya mencakup kebersihan dan kenyamanan, tetapi juga elemen budaya seperti dekorasi, musik, tata ruang, dan simbol-simbol budaya yang memperkuat pengalaman pelanggan (Jang & Ha, 2021).

Selain lingkungan fisik, kompetensi budaya staf dan komunikasi lintas budaya juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kualitas pelayanan. Karyawan yang mampu menjelaskan menu, memahami preferensi pelanggan, serta berkomunikasi secara efektif akan membantu mengurangi kesenjangan budaya sekaligus meningkatkan kepercayaan pelanggan (Guan et al., 2022; Hsu et al., 2022). Dengan demikian, kualitas pelayanan pada restoran etnik merupakan hasil interaksi antara penerapan dimensi SERVQUAL dan faktor-faktor kontekstual yang muncul dalam proses pelayanan lintas budaya.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan dimensi SERVQUAL sebagai kerangka utama untuk mengeksplorasi persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Restoran Bali in Paradise.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi persepsi konsumen lokal Australia terhadap kualitas pelayanan di Restoran Bali in Paradise, Gold Coast, Australia. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun pelanggan selama menerima pelayanan di restoran etnik Indonesia (Creswell & Creswel, 2023; Yin, 2018).

Lokasi penelitian yaitu Restoran Bali in Paradise di Gold Coast, Australia. Lokus tersebut dipilih karena merupakan salah satu restoran etnik Indonesia yang melayani tamu atau pelanggan berasal dari berbagai negara, sehingga menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji kualitas pelayanan dalam lingkungan pelayanan lintas budaya.

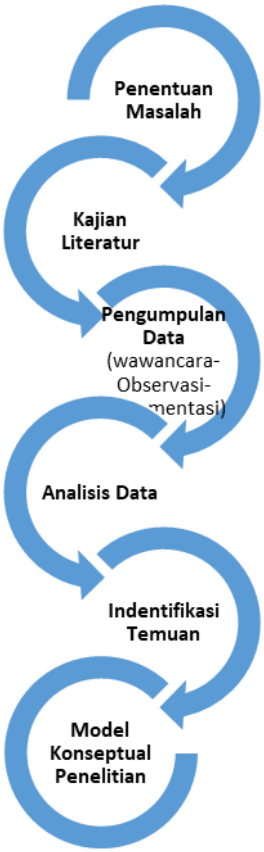
Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu tamu dan pelanggan yang berdomisili atau melakukan aktivitas di Australia, berasal dari beberapa negara, pernah menikmati pelayanan di restoran tersebut, bersedia berbagi pengalaman secara mendalam, dan dianggap mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian ini. Untuk meningkatkan kredibilitas data, penelitian juga melibatkan pihak manajemen restoran sebagai informan pendukung dalam proses triangulasi sumber. Penentuan jumlah informan mengikuti prinsip data saturasi, yaitu pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah menunjukkan pola yang berulang dan tidak ditemukan tema baru (Creswell & Creswel, 2023).

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dilakukann sejak bulan Februari hingga Mei 2026. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi fisik restoran, proses pelayanan, interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta suasana restoran (*servicescape*). Observasi non partisipan dilakukan sebanyak 5 kali dengan mengamati aktivitas pelayanan di restoran tersebut yang kemudian dilanjutkan mengumpulkan data melalui wawancara kepada informan tamu dan 2 informan dari manajemen. Observasi

secara partisipan juga dilakukan dengan cara bersantap di restoran yang menjadi lokus penelitian, sambil mengamati langsung operasional restoran yang terkait dengan aktivitas pelayanan dan reaksi para tamu. Wawancara dilakukan secara tatap muka langsung, menggunakan Bahasa Indonesia kepada para informan yang berasal dari Indonesia dan untuk informan lainnya digunakan Bahasa Inggris. Teknik wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang disusun menggunakan fondasi lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi berupa foto kegiatan pelayanan, tata ruang restoran, serta dokumen pendukung lainnya.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles et al. (2014) yang meliputi tiga tahapan, yaitu kondensasi data**,** penyajian data**,** **dan** penarikan serta verifikasi kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berulang sejak pengumpulan data hingga diperoleh interpretasi yang komprehensif mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Temuan penelitian kemudian diorganisasikan berdasarkan dimensi SERVQUAL dan dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi implementasi kualitas pelayanan pada restoran etnik.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan member checking kepada informan utama untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti telah sesuai dengan pengalaman yang disampaikan oleh informan (Haryoko et al., 2020). *Member checking* dilakukan dengan membuat transcript verbatim dari hasil wawancara yang dilakukan, kemudian dikirim kepada para informan untuk memastikan bahwa data hasil wawancara tersebut sudah sesuai dengan maksud atau pengalaman yang disampaikan informan. Adapun alir penelitian dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar. 1. Diagram Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Informan dan Gambaran Umum Temuan

Penelitian ini melibatkan sepuluh informan tamu dan pelanggan yang dipilih secara *purposive* berdasarkan pengalaman mereka menikmati pelayanan di Restoran Bali in Paradise, Gold Coast, Australia. Informan memiliki latar belakang asal dan frekuensi kunjungan yang beragam, sehingga memberikan perspektif yang berbeda dalam mengevaluasi pengalaman bersantap di restoran tersebut diuraikan pada Tabel 1. Pihak manajemen restoran juga dilibatkan sebagai informan pendukung untuk membantu klarifikasi data informan tamu dan observasi peneliti.

Informan manajemen terdiri atas 2 orang yaitu manager restoran dan supervisor restoran yang keduanya berasal dari Kota Bandung, Indonesia.

Tabel 1. Karakteristik Informan Tamu dan Pelanggan

Kode	Usia	Asal	Frekuensi Kunjungan
MS	26	Jakarta	Tiap bulan
AL	55	Lampung	Tiap bulan
IN	54	Pekalongan	Tiap bulan
EM	31	Kolombia	3 kali
CR	28	Kolombia	2 kali
ED	49	Australia	1 kali
VS	50	Jerman	1 kali
CH	25	Australia	1 kali
RY	21	Australia	1 kali
KV	33	Bandung	2x sebulan

Sumber: Hasil Penelitian (2026)

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan memberikan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan Restoran Bali in Paradise berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*. Meskipun demikian, persepsi positif tersebut tidak sepenuhnya seragam dalam berbagai kondisi operasional. Beberapa kendala ditemukan terutama ketika restoran berada pada periode *peak hours*, seperti keterlambatan membersihkan meja, peningkatan waktu tunggu, dan berkurangnya interaksi *personal* antara staf dan pelanggan.

Selain kelima dimensi SERVQUAL, analisis juga mengidentifikasi empat faktor kontekstual yang berperan dalam membentuk pengalaman pelayanan, yaitu kompetensi budaya staf, komunikasi lintas budaya, keautentikan *servicescape*, dan konsistensi operasional. Temuan ini menunjukkan bahwa penilaian pelanggan terhadap restoran etnik tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis pelayanan, tetapi juga dengan bagaimana unsur budaya diperkenalkan dan dialami selama proses bersantap

Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan

***Tangibles*: Kebersihan Fasilitas dan Representasi Identitas Budaya**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memiliki persepsi positif terhadap dimensi *tangibles*. Kebersihan meja dan peralatan makan, kenyamanan ruang makan, serta dekorasi yang menampilkan identitas budaya Indonesia menjadi aspek yang membentuk penilaian pelanggan. Kondisi fisik restoran dinilai tidak hanya mendukung kenyamanan bersantap, tetapi juga memberikan karakter tersendiri yang membedakan restoran etnik dari restoran pada umumnya. Hal ini terlihat dari hasil kutipan wawancara dengan salah satu informan :

> "*The tables and utensils were clean and well maintained. The dining area looked tidy and welcoming."* (CH, 2026).

Namun, persepsi tersebut tidak selalu konsisten ketika restoran berada dalam kondisi ramai. Beberapa informan menyampaikan bahwa meja yang telah digunakan pelanggan sebelumnya terkadang belum segera dibersihkan sehingga mereka harus menunggu

sebelum memperoleh tempat duduk. Hal ini tergambar dalam pernyataan berikut:

> *"Saat restoran sedang penuh, ada beberapa meja yang belum langsung dibersihkan sehingga kami harus menunggu sebelum mendapatkan tempat duduk*." (KV, 2026).

Temuan ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap *tangibles* dipengaruhi oleh dua aspek yang saling melengkapi, yaitu pemenuhan standar fisik dan kemampuan restoran menghadirkan suasana yang merepresentasikan identitas budaya. Dalam konteks restoran etnik, lingkungan fisik tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas pendukung, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya melalui dekorasi, tata ruang, dan elemen visual restoran.

Interpretasi tersebut sejalan dengan konsep *servicescape* yang dikemukakan Bitner (1992), bahwa lingkungan fisik dapat memengaruhi respons dan evaluasi pelanggan terhadap layanan. Kim dan Lee (2022) juga menunjukkan pentingnya unsur autentisitas dan eksotisme dalam membentuk evaluasi pengalaman pelanggan pada restoran etnik. Dalam penelitian ini, dekorasi bernuansa Bali dan elemen budaya Indonesia memberikan nilai pengalaman yang lebih dari sekadar kenyamanan fisik.

Meskipun demikian, daya tarik budaya tidak dapat menggantikan standar dasar kebersihan dan kenyamanan. Ketika meja belum segera dibersihkan pada periode ramai, pelanggan tetap dapat membentuk kesan negatif meskipun atmosfer restoran dinilai menarik. Dengan demikian, kualitas *tangibles* pada restoran etnik merupakan perpaduan antara pemenuhan standar fasilitas fisik dan kemampuan menghadirkan representasi budaya secara autentik.



Gambar 2. Kondisi Restoran
Sumber : Dokumentasi peneliti (2026)

***Assurance:* Kompetensi Staf dalam Membangun Kepercayaan dan Memperkenalkan Kuliner Indonesia**

Dimensi *assurance* memperlihatkan karakteristik penting dalam konteks restoran etnik, yaitu kemampuan staf memberikan penjelasan mengenai menu, bahan makanan, tingkat kepedasan, serta rekomendasi makanan kepada pelanggan. Kemampuan tersebut membantu pelanggan yang belum *familiar* dengan kuliner Indonesia dalam menentukan pilihan dan memahami karakteristik makanan yang ditawarkan. Persepi ini tersirat pada hasil wawancara berikut:

> "*The staff were very friendly and explained every dish before we ordered. Since I had never tried Indonesian food before, their recommendation made me feel confident to choose the menu."* (EM, 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan staf mengenai produk menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Bagi pelanggan yang belum mengenal kuliner Indonesia, penjelasan mengenai karakteristik menu tidak hanya membantu proses pemilihan makanan, tetapi juga mengurangi ketidakpastian selama pengalaman bersantap.

Dalam konsep SERVQUAL, *assurance* mencerminkan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam membangun kepercayaan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa pada restoran etnik, aspek tersebut memiliki konteks tambahan berupa kemampuan staf menjelaskan karakteristik kuliner dan unsur budaya yang melekat pada produk.

Kemampuan tersebut menjadikan staf tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan, tetapi juga sebagai *cultural interpreter* yang menjembatani perbedaan pengetahuan dan latar belakang budaya antara restoran dan pelanggan. Melalui penjelasan menu dan rekomendasi yang sesuai, staf membantu pelanggan memahami kuliner Indonesia sekaligus meningkatkan keyakinan mereka dalam mencoba makanan yang belum dikenal.

Dengan demikian, kompetensi budaya staf merupakan faktor kontekstual yang memperkuat penerapan dimensi *assurance*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan restoran etnik tidak cukup hanya didukung oleh keterampilan teknis dan keramahan, tetapi juga memerlukan pemahaman terhadap produk serta kemampuan menyampaikan informasi budaya secara tepat.

Responsiveness: Ketanggapan Staf dan Komunikasi Selama Proses Pelayanan

Hasil penelitian pada dimensi *responsiveness* menunjukkan bahwa pelanggan secara umum menilai staf memiliki kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan. Meskipun demikian, waktu tunggu cenderung meningkat ketika restoran berada dalam kondisi ramai. Situasi tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam mempertahankan kecepatan pelayanan ketika jumlah pelanggan meningkat. Hal ini tercermin dari hasil wawancara berikut:

> "*When the restaurant became busy, we waited a little longer, but the staff kept informing us about our order, so we didn't feel ignored."* (VS, 2026).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa meskipun pelanggan mengalami waktu tunggu yang lebih lama, komunikasi staf membantu mempertahankan persepsi positif terhadap pelayanan. Hasil observasi juga menunjukkan adanya peningkatan antrean dan waktu penyajian makanan pada periode *peak hours*. Namun, staf tetap berupaya memberikan informasi kepada pelanggan mengenai proses pelayanan.

Dalam kerangka SERVQUAL, *responsiveness* berkaitan dengan kesediaan dan kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara tepat waktu (Parasuraman et al., 1988). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan lintas budaya, ketanggapan tidak hanya tercermin melalui kecepatan pelayanan, tetapi juga melalui kemampuan staf menyampaikan informasi yang jelas dan mudah dipahami pelanggan.

Komunikasi menjadi penting karena pelanggan dari latar belakang budaya berbeda mungkin memiliki ekspektasi dan pemahaman yang tidak sama terhadap proses pelayanan. Informasi mengenai status pesanan dan waktu tunggu dapat membantu mengurangi ketidakpastian serta mencegah pelanggan merasa diabaikan. Dengan demikian, komunikasi lintas budaya berperan dalam memperkuat dimensi *responsiveness*.

Namun demikian, komunikasi yang baik tidak dapat sepenuhnya menggantikan kebutuhan untuk memperbaiki kapasitas operasional. Pengelola tetap perlu memperhatikan pengaturan jumlah staf, pembagian tugas, dan alur pelayanan pada periode ramai agar kecepatan pelayanan dapat dipertahankan tanpa mengurangi kualitas interaksi dengan pelanggan.

***Empathy:* Perhatian Personal dan Tantangan Pelayanan pada Periode Ramai**

Hasil penelitian pada dimensi *empathy* menunjukkan bahwa pelanggan secara umum menilai staf telah memberikan perhatian, bersikap sopan, dan membantu memenuhi kebutuhan selama proses pelayanan. Beberapa informan menyampaikan bahwa staf kembali menghampiri pelanggan setelah makanan disajikan untuk memastikan kesesuaian pesanan dan kebutuhan tambahan. Salah seorang informan menyampaikan:

> *"Setelah makanan disajikan, staf kembali menghampiri kami untuk memastikan semuanya sudah sesuai dan tidak ada kebutuhan tambahan." (AL, 2026).*

Meskipun demikian, perhatian personal tidak selalu dapat dipertahankan dalam berbagai kondisi operasional. Ketika restoran berada dalam kondisi ramai, interaksi antara staf dan pelanggan cenderung lebih singkat dan berorientasi pada penyelesaian tugas pelayanan. Hal ini terlihat dari pernyataan informan berikut:

> *"Staf memang sopan dan membantu, tetapi ketika restoran ramai mereka terlihat terburu-buru sehingga interaksinya terasa kurang personal." (IN, 2026).*

Temuan tersebut menunjukkan bahwa empati tidak hanya ditentukan oleh sikap individu karyawan, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi kerja dan kapasitas operasional restoran. Dalam kerangka SERVQUAL, *empathy* berkaitan dengan pemberian perhatian individual dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Pada konteks lintas budaya, perhatian personal juga tercermin melalui kemampuan staf memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan interaksi yang mudah dipahami serta sesuai dengan harapan mereka.

Namun, ketika jumlah pelanggan meningkat dan waktu interaksi menjadi terbatas, kemampuan staf untuk memberikan perhatian individual menghadapi tantangan. Hal ini memperlihatkan adanya keterkaitan antara dimensi *empathy* dan konsistensi operasional. Pelatihan keramahan dan orientasi pelayanan perlu didukung oleh pengaturan beban kerja dan sumber daya manusia yang memadai agar perhatian personal tetap dapat diberikan pada berbagai kondisi operasional.

***Reliability*: Ketepatan Pelayanan dan Konsistensi Pengalaman**

Pada dimensi *reliability*, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan secara umum menilai restoran mampu memberikan pelayanan sesuai dengan pesanan dan standar yang diharapkan, seperti diungkapkan pada hasil wawancara berikut:

> "*Pesanan yang kami terima sesuai dengan yang kami pesan dan informasi yang diberikan staf juga jelas sehingga kami merasa nyaman selama makan."* (KV, 2026)

Sementara itu, terdapat informan yang memberikan pengalaman berbeda terkait waktu penyajian ketika restoran berada pada kondisi ramai, terlihat pada hasil wawancara berikut:

> "*Makanan datang sedikit lebih lama dibandingkan perkiraan awal, tetapi kami memahami karena restoran sedang sangat ramai." (AL, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, proses penerimaan serta penyajian pesanan dinilai relatif konsisten, sehingga pelanggan memperoleh

pengalaman pelayanan yang dapat diandalkan.

Dalam konteks restoran etnik, keandalan pelayanan memiliki arti penting karena pelanggan dapat memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda mengenai karakteristik makanan yang ditawarkan. Ketika pelanggan mencoba kuliner dari budaya yang belum familiar, kesesuaian antara informasi menu, pesanan, dan produk yang disajikan menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan. Oleh karena itu, *reliability* tidak hanya berkaitan dengan ketepatan penyajian, tetapi juga konsistensi informasi yang diberikan kepada pelanggan.

Parasuraman et al. (1988) menjelaskan *reliability* sebagai kemampuan penyedia jasa memberikan layanan secara akurat dan sesuai dengan yang dijanjikan. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa prinsip tersebut tetap menjadi dasar penilaian kualitas pelayanan pada restoran etnik. Karakteristik budaya yang ditawarkan restoran tidak mengurangi kebutuhan pelanggan terhadap ketepatan dan konsistensi pelayanan.

Namun, konsistensi pelayanan juga berkaitan dengan kondisi operasional restoran. Peningkatan jumlah pelanggan pada periode *peak hours* dapat memengaruhi waktu penyajian dan pengalaman menunggu. Dengan demikian, kemampuan restoran mempertahankan keandalan pelayanan tidak hanya bergantung pada ketepatan staf dalam menerima pesanan, tetapi juga pada kesiapan sistem operasional dalam menghadapi perubahan volume pelanggan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa autentisitas kuliner dan suasana budaya perlu didukung oleh proses pelayanan yang konsisten. Pengalaman budaya yang menarik akan lebih bermakna apabila pelanggan juga memperoleh pelayanan yang akurat dan dapat dipercaya.

Secara keseluruhan, temuan pada kelima dimensi menunjukkan bahwa pelanggan memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan Restoran Bali in Paradise. Namun, terdapat perbedaan pengalaman antara kondisi operasional normal dan periode ramai. Perbedaan ini memperlihatkan bahwa persepsi kualitas pelayanan bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh kemampuan restoran mempertahankan standar pelayanan dalam berbagai situasi. Rangkuman sinstesis temuan ini dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Sintesis Temuan Berdasarkan Dimensi SERVQUAL

Dimensi	Bukti Wawancara	Hasil Observasi	Interpretasi
Tangibles	Informan menilai restoran bersih, nyaman, dan memiliki dekorasi khas Indonesia.	Area makan bersih, terdapat ornamen Bali, musik tradisional Indonesia, serta staf berpenampilan rapi.	Servicescape membentuk pengalaman budaya pelanggan.
Reliability	Pesanan diterima sesuai menu dan kualitas makanan relatif konsisten.	Proses penyajian mengikuti urutan pelayanan dan sesuai standar restoran.	Pelanggan menilai restoran dapat diandalkan.
Responsiveness	Karyawan cepat membantu pelanggan, namun waktu tunggu meningkat saat restoran ramai.	Pada peak hours terlihat peningkatan antrean sebelum makanan disajikan.	Kecepatan pelayanan dipengaruhi kapasitas operasional.
Assurance	Karyawan mampu	Staf aktif	Kompetensi staf

Dimensi	Bukti Wawancara	Hasil Observasi	Interpretasi
	menjelaskan menu dan memberikan rekomendasi kepada pelanggan baru.	menjelaskan tingkat kepedasan dan bahan makanan kepada pelanggan.	meningkatkan rasa percaya pelanggan.
Empathy	Pelayanan dinilai ramah dan memberikan perhatian kepada kebutuhan pelanggan.	Staf menyapa pelanggan, memastikan kepuasan, serta merespons permintaan tambahan dengan baik.	Interaksi personal meningkatkan pengalaman pelayanan.

Sumber: Olah data peneliti (2026)

Faktor Kontekstual yang Membentuk Persepsi Kualitas Pelayanan

Selain lima dimensi SERVQUAL, penelitian ini mengidentifikasi empat faktor kontekstual yang berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, yaitu kompetensi budaya staf, komunikasi lintas budaya, keautentikan *servicescape*, dan konsistensi operasional. Keempat faktor tersebut tidak diposisikan sebagai dimensi baru SERVQUAL, tetapi sebagai karakteristik kontekstual yang memengaruhi bagaimana kualitas pelayanan diwujudkan dan dialami dalam lingkungan restoran etnik.

Kompetensi Budaya

Kompetensi budaya staf terlihat dari kemampuan karyawan menjelaskan menu Indonesia, memberikan informasi mengenai bahan makanan dan tingkat kepedasan, serta merekomendasikan pilihan makanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Temuan pada dimensi *assurance* menunjukkan bahwa kemampuan tersebut membantu pelanggan yang belum familiar dengan kuliner Indonesia merasa lebih yakin dalam memilih menu.

Dalam konteks pelayanan lintas budaya, kompetensi staf tidak hanya berkaitan dengan penguasaan produk, tetapi juga kemampuan memahami kebutuhan pelanggan dengan latar belakang berbeda. Staf berperan sebagai penghubung antara produk kuliner dan pelanggan melalui informasi yang relevan dan mudah dipahami. Dengan demikian, kompetensi budaya memperkuat kualitas interaksi pelayanan, terutama pada dimensi *assurance* dan *empathy*. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan pentingnya pemahaman staff tentang budaya para pengunjung sehingga dapat memberikan layanan yang sesuai dengan selera budayanya (Ayyildiz, 2024).

Komunikasi Lintas Budaya

Komunikasi lintas budaya menjadi faktor penting dalam mengurangi kesenjangan pemahaman antara restoran dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjelasan staf mengenai makanan Indonesia disampaikan menggunakan bahasa Inggris yang komunikatif sehingga pelanggan dapat memahami informasi mengenai menu dan proses pelayanan.

Temuan pada dimensi *responsiveness* juga menunjukkan bahwa pemberian informasi mengenai status pesanan membantu pelanggan tetap merasa diperhatikan meskipun waktu tunggu meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi bukan hanya sarana penyampaian informasi, tetapi juga bagian dari

pengalaman pelayanan yang memengaruhi kenyamanan dan kepercayaan pelanggan.

Dalam lingkungan restoran etnik, komunikasi yang efektif memungkinkan pelanggan memahami produk dan proses pelayanan tanpa harus memiliki pengetahuan sebelumnya mengenai budaya kuliner yang ditawarkan. Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi secara jelas dan menyesuaikan penyampaian informasi dengan kebutuhan pelanggan menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas pelayanan. Hal ini memperkuat penemuan sebelumnya bahwa perlu membangun kemampuan dan kompetensi komunikasi lintas budaya agar dapat meningkatkan sistem operasional yang lebih efektif (Ayyildiz, 2024).

Keautentikan *Servicescape*

Keautentikan *servicescape* tercermin melalui dekorasi bernuansa Bali, elemen visual Indonesia, musik tradisional, serta penataan ruang yang mendukung suasana restoran etnik. Hasil wawancara menunjukkan bahwa suasana restoran menjadi salah satu alasan pelanggan tertarik untuk kembali berkunjung, seperti tercermin pada kutipan salah seorang informan:

> *"It feels different from other Asian restaurants because the atmosphere makes us feel like experiencing Indonesian culture, not only the food." (RY, 2026).*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mengevaluasi restoran berdasarkan makanan dan pelayanan, tetapi juga melalui pengalaman budaya yang diperoleh dari lingkungan fisik. Temuan ini memperluas penerapan model SERVQUAL dalam konteks restoran etnik. Dimensi *tangibles* tidak hanya diwujudkan melalui kebersihan dan kelengkapan fasilitas, tetapi juga melalui *servicescape* yang mencerminkan identitas budaya Indonesia. Konsep ini sejalan dengan hasil pnelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa lingkungan fisik berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan (Agnihotri & Chaturvedi, 2018; Bitner, 1992; Kim & Lee, 2022). Dalam penelitian ini, *servicescape* juga menjadi media untuk menghadirkan *cultural dining experience* yang memperkuat pengalaman pelanggan sekaligus memperkuat brand restoran yang memprrkuat hasil penelitian sebelumnya (Yulius & Iwantoro, 2026).

Konsistensi Operasional

Konsistensi operasional berkaitan dengan kemampuan restoran mempertahankan kualitas pelayanan dalam berbagai kondisi, khususnya ketika jumlah pelanggan meningkat pada periode *peak hours*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pelanggan dapat menyebabkan waktu tunggu lebih lama, keterlambatan membersihkan meja, serta berkurangnya intensitas interaksi personal antara staf dan pelanggan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya bergantung pada kompetensi dan sikap karyawan, tetapi juga pada kesiapan sistem operasional restoran. Keterbatasan kapasitas pelayanan dapat memengaruhi beberapa dimensi SERVQUAL secara bersamaan, terutama *tangibles*, *responsiveness*, dan *empathy*. Ketika staf harus menangani lebih banyak pelanggan dalam waktu bersamaan, kemampuan menjaga kebersihan area makan, memberikan pelayanan secara cepat, dan memperhatikan kebutuhan individual menjadi lebih menantang.

Dengan demikian, konsistensi operasional merupakan faktor yang penting untuk menjaga keberlanjutan kualitas pelayanan. Pengelola restoran perlu memastikan bahwa standar pelayanan dapat diterapkan bukan hanya dalam kondisi normal, tetapi juga ketika

terjadi peningkatan jumlah pelanggan. Temuan ini memperkuat penelitian yang menguraikan bahwa konsistensi operasional termasuk dalam menjaga kualitas pelayanan akan memengaruhi loyalitas pelanggan (Elia Cahyani et al., 2024).

Tabel 3. Faktor Kontekstual Pembentuk Persepsi Kualitas Pelayanan

Faktor	Bukti Wawancara	Hasil Observasi	Makna Temuan
Kompetensi budaya staf	Staf mampu menjelaskan menu khas Indonesia dengan baik.	Karyawan aktif memberikan rekomendasi makanan sesuai preferensi pelanggan.	Staf berperan sebagai cultural interpreter.
Komunikasi lintas budaya	Pelanggan mudah memahami penjelasan staf mengenai makanan Indonesia.	Seluruh komunikasi dilakukan menggunakan bahasa Inggris yang komunikatif.	Mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.
Servicescape	Pelanggan menyukai dekorasi dan suasana restoran yang khas Indonesia.	Ornamen Bali, musik tradisional, serta penataan ruang mendukung pengalaman budaya.	Menciptakan cultural dining experience.
Konsistensi operasional	Waktu tunggu meningkat saat restoran ramai.	Jumlah staf pada peak hours relatif terbatas dibanding jumlah pelanggan.	Kualitas pelayanan dipengaruhi kapasitas operasional restoran.

Sumber : Olah data peneliti (2026)

Sintesis Temuan dan Model Konseptual Kualitas Pelayanan Restoran Etnik Indonesia (MKPREI)

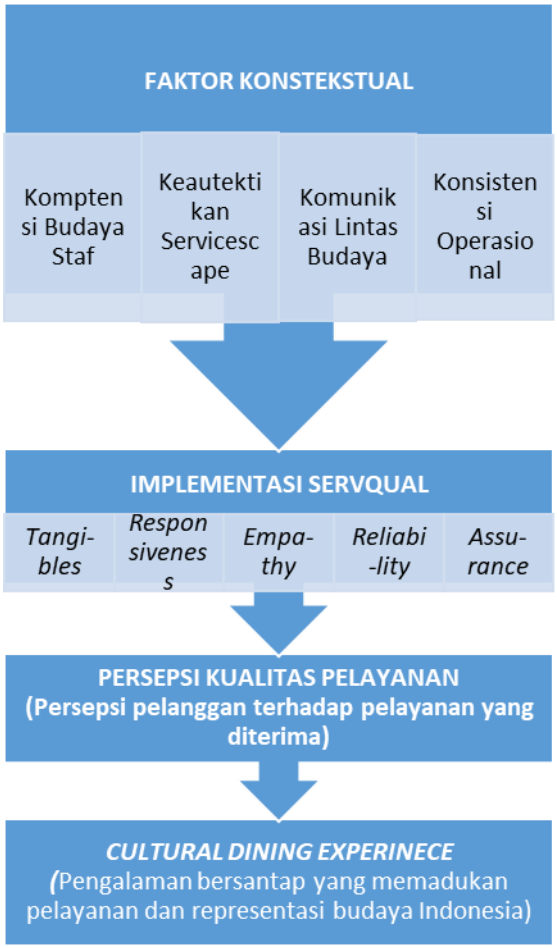
Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dimensi SERVQUAL tetap relevan untuk memahami persepsi kualitas pelayanan pada restoran etnik. Namun, konteks pelayanan lintas budaya memberikan karakteristik tersendiri terhadap implementasi setiap dimensi. *Tangibles* tidak hanya berkaitan dengan kebersihan dan fasilitas, tetapi juga representasi identitas budaya melalui *servicescape*. *Reliability* berkaitan dengan ketepatan dan konsistensi pelayanan serta informasi produk. *Responsiveness* diperkuat oleh komunikasi yang membantu pelanggan memahami proses pelayanan. *Assurance* tercermin melalui kompetensi staf dalam menjelaskan karakteristik kuliner, sedangkan *empathy* diwujudkan melalui perhatian personal terhadap kebutuhan pelanggan dari latar belakang berbeda.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan restoran etnik terbentuk melalui interaksi antara standar pelayanan dan karakteristik budaya yang dihadirkan restoran. Hal ini sejalan dengan pandangan Jang & Ha (2021) serta Kim & Lee (2022) bahwa autentisitas dan pengalaman budaya merupakan bagian penting dari evaluasi pelanggan terhadap restoran etnik. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengalaman budaya yang autentik tidak secara otomatis menjamin konsistensi kualitas pelayanan. Kendala kebersihan meja, peningkatan waktu tunggu, dan berkurangnya interaksi personal pada periode ramai menunjukkan bahwa kemampuan operasional tetap menjadi faktor penting dalam mempertahankan persepsi positif pelanggan.

Berdasarkan sintesis hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini merumuskan Model Konseptual Kualitas Pelayanan Restoran Etnik Indonesia (MKPREI), sebagaimana ditampilkan pada Gambar 3. Model ini menggambarkan keterkaitan antara empat faktor kontekstual, implementasi lima dimensi SERVQUAL, persepsi kualitas pelayanan, dan pengalaman bersantap budaya (*cultural dining experience*).

Dalam model tersebut, kompetensi budaya staf, komunikasi lintas budaya, keautentikan *servicescape*, dan konsistensi operasional ditempatkan sebagai faktor kontekstual yang memengaruhi pelaksanaan dimensi SERVQUAL. Interaksi antara faktor-faktor tersebut dan implementasi kualitas pelayanan selanjutnya membentuk persepsi pelanggan terhadap pengalaman pelayanan yang diterima. Dalam konteks restoran etnik, pengalaman tersebut dapat berkembang menjadi *cultural dining experience*, yaitu pengalaman bersantap yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengenali dan merasakan representasi budaya Indonesia.

Model MKPREI merupakan sintesis konseptual yang dibangun berdasarkan temuan empiris pada Restoran Bali in Paradise. Oleh karena itu, model ini tidak dimaksudkan sebagai model kausal yang telah teruji secara statistik atau sebagai representasi universal seluruh restoran etnik. Kontribusi konseptualnya terletak pada penjelasan mengenai bagaimana faktor budaya dan operasional memberikan konteks terhadap penerapan SERVQUAL dalam lingkungan pelayanan lintas budaya.



Gambar 3. Model Konseptual Kualitas Pelayanan Restoran Etnik Indonesia (MKPREI)
Sumber: Hasil Penelitian (2026)

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan secara umum memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan di Restoran Bali in Paradise berdasarkan lima dimensi SERVQUAL. Temuan penelitian juga mengidentifikasi empat faktor kontekstual yang membentuk pengalaman pelayanan pada restoran etnik, yaitu kompetensi budaya staf, komunikasi lintas budaya, keautentikan lingkungan restoran (*servicescape*), dan konsistensi operasional. Keempat faktor tersebut memberikan pemahaman kontekstual mengenai penerapan SERVQUAL dalam lingkungan pelayanan lintas budaya. Model MKPREI yang dihasilkan merupakan sintesis empiris dari temuan

studi kasus, bukan model universal atau model yang telah tervalidasi secara statistik.

Secara praktis, pengelola restoran etnik perlu mengintegrasikan keterampilan pelayanan dengan kompetensi budaya staf, memperkuat komunikasi lintas budaya, mempertahankan keautentikan suasana restoran, serta menjaga konsistensi pelayanan terutama pada jam sibuk. Penelitian ini terbatas pada satu restoran etnik Indonesia dengan jumlah informan yang relatif terbatas dan latar belakang yang beragam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan beberapa restoran etnik dengan karakteristik pelanggan yang lebih beragam untuk mengeksplorasi dan menguji lebih lanjut hubungan konseptual yang diusulkan.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menegaskan bahwa penelitian dan penyusunan artikel ini berlangsung secara independen, tanpa keterlibatan kepentingan finansial, hubungan personal, ataupun keterikatan profesional yang berpotensi memengaruhi netralitas penilaian ilmiah. Seluruh tahapan penelitian dilaksanakan dengan menjunjung prinsip objektivitas, transparansi, dan integritas akademik.

PENGUNAAN AI

Dalam proses penyusunan artikel ini, penulis memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) hanya sebagai sarana pendukung untuk merancang alur dan struktur penulisan. Pengolahan informasi empiris, penelaahan hasil penelitian, pembentukan argumentasi, serta perumusan kesimpulan sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Penggunaan teknologi tersebut tidak menggantikan kontribusi intelektual maupun pertimbangan akademik penulis terhadap substansi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Agnihotri, D., & Chaturvedi, P. (2018). A Study on Impact of Servicescape Dimensions on Perceived Quality of Customer with Special Reference to Restaurant Services in Kanpur. *International Journal of Management Studies*, *3*(July), 115–124. https://doi.org/10.18843/ijms/v5i3(7)/14

Anggraeni, N., & Soeswoyo, D. M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu di Le Bistro Norwegian Cruise Line. *YUME: Journal of Management*, *8*(3), 1546–1555.

Ayyildiz, A. Y. (2024). Service quality implications of cross-cultural differences in tourism and hospitality. *Multidisciplinary Business Review*, *17*(1), 1–15. https://doi.org/10.35692/07183992.17.1.2

Bitner, M. J. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, *56*(2), 57–71. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224299205600205

Creswell, J. W., & Creswel, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed., Vol. 6, Issue 06). SAGE Publications, Incorporated.

Elia Cahyani, Tazkiyyah Nururrohmah, Cindy Firstiananda Deka, & Mohamad Zein Saleh. (2024). The Role of Service Quality in Building Customer Satisfaction. *Journal of Management and Creative Business*, *2*(4), 192–205. https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i4.3300

Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, *68*, 250–263. https://doi.org/https://doi.org/10.101

6/j.tourman.2018.03.025

Guan, G., Liu, D., & Zhai, J. (2022). Factors Influencing Consumer Satisfaction of Fresh Produce E-Commerce in the Background of COVID-19—A Hybrid Approach Based on LDA-SEM-XGBoost. In *Sustainability*. mdpi.com. https://doi.org/10.3390/su142416392

Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Impact of hotel-restaurant image and quality on customer loyalty. *International Journal of Hospitality Management*.

Handani, N. D., Williady, A., & Kim, H. S. (2022). An analysis of customer textual reviews and satisfaction at luxury hotels in Singapore's Marina Bay area (SG-Clean-Certified Hotels). *Sustainability*. https://www.mdpi.com/1754206

Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep,Teknik, & Prosedur Analisis)*.

Hsu, F. C., Agyeiwaah, E., Liu, J., & ... (2022). Social justice or social stigma? Hotel customers' perception on branded hotel used as quarantine facility. *Journal of Hospitality & …*. https://doi.org/10.1177/10963480221127187

Jang, S., & Ha, J. (2021). Ethnic Restaurant Authenticity and Customer Experience. *International Journal of Hospitality Management.*

Kim, M., & Lee, G. (2022). The effect of servicescape on place attachment and experience evaluation: the importance of exoticism and authenticity in an ethnic restaurant. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *34*(7), 2664–2683. https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2021-0929

Kotler, P., Bowen, J. T., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism* (8th Editio). Pearson Education.

Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, *1*(1), 171–198. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/17566690910971445

Lupiyoadi, & Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis_ A Methods Sourcebook*. SAGE Publications - libgen.lc.

Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Thomas, P., Leonard, L., & Nunkoo, R. (2017). Integrating service quality as a second-order factor in a customer satisfaction and loyalty model. *International JOurnal of Contemporary Hospitality Management*, *29*(12), 2978–3005. https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2016-0610

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer. *Journal of Retailing*, *64*(1), 12–40.

Paulose, D., & Shakeel, A. (2022). Perceived experience, perceived value and customer satisfaction as antecedents to loyalty among hotel guests. *Journal of Quality Assurance in Hospitality …*. https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1884930

Rather, R. A. (2021). Customer experience and engagement in hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.

Soeswoyo, D. M. (2023). *Pengantar Praktis Manajemen Pemasaran Untuk Hospitality Dan Pariwisata Penerbit Cv . Eureka Media Aksara* (L. Dewi (ed.); Issue November 2023). Eureka Media Aksara.

Stone, M. J., Migacz, S., & Wolf, E.

(2020). Beyond the meal: Food tourism and cultural experience. *Tourism Recreation Research*.

Suntikul, W. (2017). Gastrodiplomacy in tourism. *Current Issues in Tourism*, *22*(9), 1–19. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1363723

Supartini, Asita, N., & Pratiwi, Y. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bumi Surabaya City Resorts. *Media Mahardhika*, *16*. https://dosen.unmerbaya.ac.id/file/content/2022/07/pengaruh_kualitas__yeni.pdf

Tothova, K., Chladkova, M., Kahunova, A., & ... (2022). Proactive Environmental Strategies and Their Impact on Hotel Competitiveness During Crisis: The Case of the Czech Hotel Industry. In *JOURNAL OF …*. cjournal.cz. https://www.cjournal.cz/files/449.pdf

Yayusman, M. S., Yaumidin, U. K., & Mulyasari, P. N. (2023). On considering Australia : exploring Indonesian restaurants in promoting ethnic foods as an instrument of Indonesian gastrodiplomacy. *Journal of Ethnic Foods*, 1–14. https://doi.org/10.1186/s42779-023-00207-1

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6t ed.). Sage Publications Ltd.

Yulius, K. G., & Iwantoro, F. A. (2026). Leveraging the servicescape in marketing Omah Fai Lok, a Chinese-Javanese themed cafe. *Jurnal Manajemen*, *15*(2), 163–180. https://doi.org/10.46806/jm.v15i2.191