

ABSTRAK

Industri perhotelan mengacu pada kegiatan ekonomi secara langsung yang berasal dari akomodasi penginapan. Persaingan yang terjadi di dunia bisnis yang berorientasi pada profit maupun non-profit, menjadikan elemen pelayanan kualitas barang ataupun jasa yang dihasilkan perusahaan menjadi sangat berpengaruh dalam berbagai bidang terutama jasa. Oleh karena itu, perusahaan jasa khususnya industri perhotelan perlu mengetahui bahwa setiap konsumen memiliki pandangan atau persepsi yang berbeda mengenai kualitas jasa.

Hotel Grand Orri sebagai salah satu hotel yang berada di Bogor berfokus memberikan pelayanan jasa menginap dan terus melakukan peningkatan dari adanya kekurangan layanan, agar dapat memberikan kualitas dan pelayanan sesuai keinginan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* sehingga dapat diketahui kebutuhan yang perlu diutamakan untuk meningkatkan kualitas layanan. Dalam penelitian ini diperoleh 22 atribut kebutuhan dari pelanggan Hotel Grand Orri.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada kuesioner SERVQUAL terdapat 10 atribut kuat dan sudah memenuhi harapan dari pelanggan, kemudian 12 atribut lemah yang belum memenuhi harapan dari pelanggan. Selanjutnya berdasarkan hasil pengolahan kuesioner Model Kano terdapat 16 atribut yang masuk ke dalam kategori *Must be*, 3 atribut dalam kategori *Attractive*, dan 3 atribut dalam kategori *Indifferent*. Setelah dilakukan pengintegrasian SERVQUAL dan Model Kano diperoleh kategori kebutuhan yang harus dipertahankan, dan ditingkatkan oleh Hotel Grand Orri yang berupa *true customer needs*.

Kata Kunci : SERVQUAL, Model Kano, Layanan Hotel dan *true customer needs*.