

**ANALISIS SERVICE ENCOUNTER PELAYANAN RESERVASI  
BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN JOGLO MLATI  
TRADITIONAL GATHERING HALL AND RESTO  
YOGYAKARTA**

**Mufidah**

**Abstrak**

Jiwa dari sebuah pelayanan jasa adalah pertemuan antara penyedia jasa dan pelanggannya. *Service encounter* atau *moment of truth* merupakan pertemuan antara pelanggan dengan penyedia jasa agar konsumen mendapatkan gambaran sekilas mengenai kualitas jasa perusahaan. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk mengetahui bagaimana analisis *service encounter* pelayanan reservasi pada Joglo Mlati *Traditional Gathering Hall and Resto*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *responsiveness, listening, ability to explain, personalization, and waiting time*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap pelayanan Joglo Mlati. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan metode studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Joglo Mlati dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Data yang dianalisis adalah hasil dari observasi, wawancara, populasi, sampel, variabel, dan penyebaran kuesioner kesejumlah sampel yang telah ditentukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil analisis penilaian konsumen mengenai *service encounter* pelayanan reservasi pada Joglo Mlati diperoleh nilai rata-rata 3.50 artinya keseluruhan variabel kualitas jasa pada Joglo Mlati dinilai baik oleh konsumennya.

**Kata Kunci:** *Service Encounter, Pelayanan Reservasi, Persepsi Konsumen.*

***SERVICE ENCOUNTER ANALYSIS OF RESERVATION SERVICE BASED  
ON THE CONSUMERS PERCEPTION OF JOGLO MLATI THE  
TRADITIONAL GATHERING HALL AND RESTO YOGYAKARTA***

***Mufidah***

***Abstract***

*The soul of service is a meeting between service providers and their customers. Service encounter or moment of truth is a meeting between customers with the service provider to make consumers get a glimpse of the quality of company service. The purpose of this writing is to know the service encounter of reservation service at Joglo Mlati Traditional Gathering Hall and Resto. Variables used in this study are responsiveness, listening, ability to explain, personalization, and waiting time. This study aims to determine the consumers 'assessment of Joglo Mlati service. This study uses qualitative and quantitative approaches with case study methods. The population in this study is Joglo Mlati consumers with a total of 30 respondents. The data analyzed is the result of observations, interviews, population, samples, variables, and questionnaires to a number of samples that have been determined. The result of this study reveals that the results of the analysis of consumer appraisal regarding service encounter of reservation services at Joglo Mlati obtained an average value of 3.50 which means that the overall variable quality of service at Joglo Mlati is considered good by its consumers.*

***Keywords:*** *Service Encounter, Service Reservation, Customer Perception.*