

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN INAP DESA DI NEGERI MELAKA

¹Dina Syamilah Zaid & ²Edi Suhartiningsih N.Noto Sudarmo

¹Pensyarah di Fakulti Pengurusan Hospitaliti, Kolej Universiti Islam Melaka

¹Pensyarah di Fakulti Inovasi Perniagaan dan Perakaunan, Kolej Universiti Islam Melaka

ABSTRAK

Isu kepuasan pelanggan terutama berkaitan kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha inap desa adalah penting dan ianya perlu diberi perhatian dari semasa ke semasa. Perkhidmatan yang tidak standard oleh pengusaha inap desa merupakan salah satu kelemahan. Ini adalah kerana terdapat perkhidmatan yang berbeza-beza diberikan kepada pelanggan yang mengikuti program inap desa. Ada pengusaha inap desa menyediakan perkhidmatan yang bersesuaian dengan program yang ditawarkan, tetapi ada pengusaha yang tidak memberi seperti apa yang dijanjikan. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara lima dimensi kualiti perkhidmatan iaitu dimensi nyata, kebolehpercayaan, responsif, jaminan dan empati ke atas kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka. Responden kajian ini adalah 150 orang pelanggan yang menggunakan perkhidmatan inap desa di negeri Melaka. Kajian ini menggunakan kaedah persampelan mudah (convenience sampling). Data yang diperolehi telah dianalisis menggunakan software SPSS, dengan menggunakan statistic deskriptif dan analisis inferensi bagi menguji hipotesis. Hasil dapatan dari ujian korelasi menunjukkan kelima-lima dimensi kualiti perkhidmatan iaitu dimensi nyata, dimensi kebolehpercayaan, dimensi responsif, dimensi jaminan dan dimensi empati mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Kajian ini mendapati dimensi kebolehpercayaan adalah penyumbang terbesar kepada kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka. Kesimpulannya kajian ini mendapati kualiti perkhidmatan memberi kesan yang besar kepada pelanggan inap desa.

Kata kunci : *Nyata, Kebolehpercayaan, Responsif, Jaminan, Empati, Kepuasan Pelanggan.*

FACTORS AFFECTING HOMESTAY CUSTOMER SATISFACTION IN MELAKA

ABSTRACT

The issue of customer satisfaction especially regarding the quality of services provided by homestay operators is important and it should be noted from time to time. Unskilled services by homestay entrepreneurs are one of the weaknesses. This is because there are varying services provided to customers who attend the homestay program. There are homestay operators providing services that are compatible with the programs offered, but there are employers who do not give as promised. The purpose of this study is to investigate the relationship between the five dimensions of service quality, namely the real dimensions, reliability, responsiveness, assurance and empathy over the satisfaction of homestay customers in Melaka. The respondents of this study were 150 customers who used the inpatient services in the state of Melaka. This study uses a simple sampling method. The data were analyzed using SPSS software, using descriptive statistic and inferential analysis to test the hypothesis. The findings from the correlation test show that the five dimensions of service quality are the real dimensions, reliability dimensions, responsive dimensions, dimensions of assurance and empathy dimensions have significant relationships with customer satisfaction. The study found that the reliability dimension was the biggest contributor to the satisfaction of homestay customers in the state of Melaka. In conclusion, this study found that the quality of service had a great impact on homestay customers.

Keywords: *Real, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction.*

PENGENALAN

Kepuasan pelanggan adalah istilah pemasaran yang mengukur bagaimana produk atau perkhidmatan yang dibekalkan oleh syarikat memenuhi atau melebihi jangkaan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah penting kerana ia memberi petunjuk kepada pengusaha dan pemilik perniagaan sebagai garis panduan yang berguna untuk mengurus dan memajukan perniagaan mereka. Apabila pelanggan berpuashati dengan produk atau perkhidmatan yang mereka terima, pelanggan akan lebih setia terhadap jenama dan akan kembali semula membeli produk atau perkhidmatan tersebut. Ini bermakna kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator kepada daya saing dalam perniagaan.

Tidak terkecuali, bagi program inap desa iaitu rumah yang mempunyai keluarga dan terdapat kemudahan menyediakan ruang atau bilik untuk digunakan kepada pelancong. Dalam kata lain, program inap desa adalah merupakan aktiviti pelancongan yang berasaskan kepada penglibatan komuniti. Ia merupakan satu bentuk kemudahan tempat tinggal di mana pelancong tinggal bersama keluarga tuan rumah dan berpeluang untuk berkomunikasi serta mengalami cara hidup seharian keluarga tuan rumah dan budaya di kampung itu secara langsung (Johan & Mohamad Zaki, 2009). Inap desa lebih memfokuskan kepada pendedahan gaya hidup dan pengalaman termasuk budaya dan kegiatan ekonomi.

Program inap desa mula dikesan seawal tahun 1970-an di mana ianya bermula di Kampung Cherating Lama, Pahang. Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia telah memperkenalkan program inap desa pada tahun 1988 sebagai salah satu bentuk penginapan alternatif yang ditawarkan kepada pelancong. Namun secara rasminya, program ini telah dilancarkan pada tahun 1995 oleh Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia di Temerloh, Pahang. Sehingga Mei 2010, terdapat sejumlah 227 buah kampung dan 2984 orang peserta yang terlibat secara berdaftar dengan Kementerian Pelancongan Malaysia (Kalsom & Nor Ashikin, 2006).

Konsep utama yang ditekankan bagi produk ini adalah lebih kepada produk pelancongan yang berunsurkan pengalaman (Jabil, Siti Asma, Munir & Sharmini 2011). Program inap desa ini adalah salah satu produk pelancongan yang unik kepada pelancong kerana program inap desa lebih menekankan kepada hubungan diantara tuan rumah dan tetamu. Program inap desa turut merupakan salah satu

daripada produk pelancongan yang sedia ada di negeri Melaka yang melibatkan sebanyak 115 peserta dan 186 jumlah bilik. Terdapat tujuh buah kampung yang menyertai program inap desa ini iaitu Inap Desa Kampung Seri Tanjung, Inap Desa Ayer Limau, Inap Desa Kampung Alai, Inap Desa Kampung Morten, Inap Desa Kampung Pulau, Inap Desa Tambak Paya dan Inap Desa Kampung Parit Penghulu.

Setiap inap desa yang ada mempunyai ciri-ciri dan produk pelancongan yang tersendiri seperti aktiviti-aktiviti yang melibatkan aspek budaya, aktiviti ekonomi dan kebiasaannya melibatkan aktiviti harian masyarakat setempat. Program inap desa adalah merupakan pengalaman di mana pelancong tinggal bersama keluarga yang dipilih, berinteraksi dan menimba pengalaman kehidupan seharian keluarga tuan rumah dan juga mempelajari budaya masyarakat setempat. Malahan pelancong juga berpeluang untuk mengetahui rutin harian masyarakat setempat.

Ini memberi peluang kepada pelancong untuk mengetahui budaya dan cara hidup masyarakat tempatan serta kesenian dan masakan tradisional negara. Kajian juga mendapati ramai pelancong terutama dari barat dan Jepun lebih berminat tinggal di kampung bersama keluarga angkat bagi membolehkan mereka mengetahui adat budaya dan kesenian masyarakat tempatan. Program pelancongan inap desa juga membawa pelancong menikmati keindahan alam semulajadi, memaparkan kemeriahan adat resam dan budaya turun-temurun tempatan seperti majlis berkhatan dan majlis perkahwinan malah pelancong turut berpeluang untuk tinggal bersama penduduk kampung menerusi program inap desa (Jabil & Suriani, 2012).

Boleh dikatakan inap desa bukan sahaja tempat menginap tetapi juga turut menjadi salah satu produk pelancongan di Malaysia. Ini bermakna potensi inap desa ini amat besar dan boleh memberi pulangan ekonomi yang baik kepada penduduk setempat dan negara amnya. Oleh kerana itu, kualiti perkhidmatan perlu dijaga supaya pelanggan berpuashati dengan perkhidmatan, seterusnya akan menarik lebih ramai pelancong dan menjana pendapatan masyarakat setempat. Pengurusan yang berkualiti dan menepati kehendak pelanggan akan dapat meningkatkan penglibatan permintaan pelancong untuk mengikuti program inap desa pada masa hadapan.

Kepuasan pelanggan inap desa harus diambil kira dalam meningkatkan imej yang baik dalam kalangan pelancong, ini bergantung kepada kualiti dan daya tarikan produk serta kebolehan menyediakan perkhidmatan yang terbaik untuk pelanggan mereka (Jabil, Siti Asma & Sharmini, 2011). Program inap desa semakin mendapat perhatian dalam kalangan pelancong dan merupakan salah satu sumber ekonomi kerana program inap desa menjadi penyumbang kepada pendapatan di Malaysia (Jabil et al. 2011).

Kepuasan pelanggan terhadap program inap desa perlu diukur melalui penyampaian tahap pengurusan kualiti perkhidmatan kepada pelanggan (Noreen Noor, Zurina & Nur Adilah, 2015). Pengurusan kualiti yang bagus akan turut mempengaruhi kepuasan pelancong untuk kembali semula pada masa akan datang ke tempat yang sama (Rosazman & Velan, 2004).

Untuk memperolehi kepuasan pelanggan terhadap program inap desa, pengusaha inap desa perlu bertanggungjawab bagi mempersiapkan rumah mereka sebagai sebuah tempat menginap yang selesa dan bersih. Di mana keluarga pengusaha inap desa perlu bertindak sebagai tuan rumah yang baik dan ramah (Kalsom, 2010). Layanan mesra merupakan faktor penting dalam mengukur kejayaan program inap desa (Johan & Mohamad Zaki, 2009). Layanan yang berkualiti akan menyumbang kepada kepuasan pelancong. Jika penduduk kampung tidak ada kemesraan dengan pelancong sudah pasti gambaran kurang elok ini boleh menyebabkan pelancong tidak akan berpuas hati dengan layanan yang diperolehi. Maka, pengusaha inap desa perlu lebih kreatif dalam menghasilkan sesuatu idea baharu dengan menawarkan perkhidmatan yang berkualiti sepadan dengan perkhidmatan yang ditawarkan oleh mana-mana produk pelancongan yang lain.

Pengurusan kualiti sesebuah organisasi mencerminkan perkhidmatan yang diberikan mampu memenuhi keperluan dan kepuasan pelanggan. Pengurusan kualiti dalam sektor perkhidmatan memberi penekanan kepada pelanggan kerana pelanggan memainkan peranan penting dalam sesebuah proses penyampaian perkhidmatan dan pelanggan juga akan membuat penilaian terhadap sesebuah perkhidmatan (Haliyana & Atiah, 2014). Oleh yang demikian adalah amat penting untuk pengusaha inap desa memberikan kualiti yang terbaik bagi mencapai kepuasan kepada pelanggan mereka.

Menurut Mohamad, Johan dan Norria (2011), faktor kemudahan dan infrastruktur yang baik adalah amat penting untuk menarik lebih ramai bilangan pelancong, kerana pelancong sentiasa mahukan keselesaan ketika melakukan aktiviti di inap desa yang menjadi pilihan mereka sendiri. Ini di sokong oleh Mohamed dan Norazlinda (2009) menyatakan perkhidmatan yang serba kekurangan pasti tidak mendapat sambutan yang baik kerana pelancong lebih gemar keselesaan dalam bentuk kesempurnaan fasiliti.

Pelbagai isu berkaitan perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha inap desa telah dibincangkan dalam kajian-kajian terdahulu. Antaranya, kajian Zurina et al. (2015), mendapati dua permasalahan utama yang dibangkitkan dan menjadi ketidakpuasan hati rata-rata pelanggan dalam perkhidmatan inap desa di Malaysia. Masalah ini adalah berkaitan dengan perkhidmatan asas dan pakej aktiviti yang ditawarkan oleh pihak pengusaha inap desa. Perkhidmatan asas iaitu melibatkan tiga perkara utama, kemudahan bilik tidur, bilik mandi dan penyediaan makanan yang menjadi teras perkhidmatan kepada program inap desa di Malaysia. Bilik tidur yang disediakan oleh tuan rumah perlulah berada di dalam keadaan kemas, teratur dan bersih. Jika pelanggan mengetahui yang pihak pengusaha inap desa menyediakan kemudahan bilik tidur yang berbeza antara mereka, ini boleh menimbulkan rasa ketidakpuasan hati mereka. Sebagai contoh di rumah A terdapat penghawa dingin dan katil yang besar manakala di rumah B hanya menyediakan kipas dan katil bujang yang kecil sahaja. Keadaan ini boleh menyebabkan pelanggan merasakan wang yang mereka keluarkan untuk program inap desa adalah tidak berbaloi dengan apa yang dibayar, kerana kemudahan yang di terima adalah tidak sama sedangkan harga yang di bayar untuk pakej adalah sama.

Kedudukan lokasi bilik mandi turut menjadi permasalahan kepada pelanggan. Ini kerana ada pengusaha inap desa meletakkan bilik mandi di luar kawasan rumah mereka. Kebersihan bilik mandi juga perlu di titik beratkan oleh tuan rumah seperti menyediakan selipar di dalam bilik mandi dan keperluan asas yang lain seperti sabun mandi, ubat gigi dan syampu untuk kemudahan pelanggan.

Permasalahan lain mengenai program inap desa ini ialah berkenaan dengan penyediaan makanan (Zurina & Noreen 2015). Jika pelanggan yang datang dalam kumpulan yang besar iaitu secara berkumpulan, pihak pengusaha inap desa akan membahagikan pelanggan kepada pengusaha-pengusaha yang berlainan. Masalah akan timbul apabila pelanggan mula berbincang antara satu sama lain, apa yang mereka makan dan kemudiannya membuat perbandingan antara mereka. Ini boleh menimbulkan rasa ketidakpuasan pelanggan kerana mereka mendapat tahu makanan yang disediakan oleh tuan rumah tidak sama antara satu rumah dengan satu rumah yang lain. Terdapat juga tuan rumah hanya menyediakan dua jenis lauk sahaja untuk makan tengahari berbanding dengan rumah yang lain yang menyediakan pelbagai jenis lauk-pauk dan dapat memikat selera mereka (Zurina & Noreen 2015).

Isu lain yang wujud ialah mengenai pakej aktiviti. Maksud pakej aktiviti di sini merupakan dari segi senarai aktiviti yang ditawarkan. Aktiviti yang ditawarkan pada awalnya adalah tidak sama dengan aktiviti yang disediakan oleh pengusaha inap desa. Selain itu, masa pelaksanaan aktiviti adalah tidak sama seperti yang ada di dalam pakej yang ditawarkan. Apabila aktiviti yang dilakukan tidak mengikut seperti yang direncanakan ini akan mengganggu aktiviti-aktiviti yang lain. Perkara ini boleh menjadi isu kepada pelanggan yang mengharapkan sesuatu yang terbaik daripada percutian mereka.

Maka, usaha perlu dibuat dalam konteks penyampaian kualiti perkhidmatan yang lebih cemerlang untuk memastikan agar kepuasan pelanggan dapat di penuhi (Yuhanis & Mohhidin, 2015). Kualiti perkhidmatan adalah bertujuan untuk memenuhi keperluan pelancong dan sekaligus bagi memastikan keberkesanan penyampaian perkhidmatan kepada pelancong. Anizah (2015), mencadangkan agar dapat membuat kajian tahap kualiti perkhidmatan program inap desa di negeri-negeri lain di Malaysia kerana hasilnya nanti boleh digunakan untuk membuat perbandingan antara negeri dan seterusnya diharap dapat digunakan sebagai garis panduan bagi program inap desa di Malaysia.

Bagi kajian ini, penyelidik ingin melihat kesan kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka. Walaupun Kementerian Pelancongan Malaysia ada menyediakan garis panduan pelaksanaan program inap desa tetapi garis panduan itu hanya merangkumi beberapa aspek sahaja iaitu aspek lokasi rumah kediaman, kemudahan asas, kebersihan, keselesaan dan penyediaan makanan.

PERMASALAHAN KAJIAN

Kepuasan pelanggan dalam kalangan pelanggan inap desa harus diberi perhatian supaya program inap desa dapat dikekalkan dan terus berdaya maju pada masa hadapan. Isu kepuasan pelanggan terutama berkaitan kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha inap desa adalah penting dan ianya perlu diberi perhatian dari masa ke semasa (Rosazman & Velan, 2014). Kajian oleh Mohamad, Johan dan Norria (2011), mendapati perkhidmatan yang tidak standard dan kurang berkualiti oleh pengusaha inap desa merupakan salah satu kelemahan. Ini disokong oleh Zurina dan Noreen (2015) yang mendapati bahawa kualiti perkhidmatan yang berbeza-beza diberikan kepada pelanggan mengikuti program inap desa. Ada pengusaha inap desa yang menyediakan perkhidmatan yang memenuhi kehendak pelanggan namun ada pengusaha tidak memberi perkhidmatan yang sepatutnya. Walaupun telah ada saranan supaya pengusaha inap desa ini meningkatkan kualiti perkhidmatan, namun terdapat pengusaha inap desa tidak melakukan penambahbaikan kualiti perkhidmatan mereka (Rosazman & Velan, 2014). Ini bermakna perkhidmatan yang disediakan masih belum memenuhi kehendak dan harapan pelanggan.

Dalam kajian Zurina dan Noreen (2015), terdapat dua permasalahan utama yang dibangkitkan dan menjadi ketidakpuasan hati rata-rata pelanggan dalam perkhidmatan inap desa di Malaysia. Masalah ini adalah berkaitan dengan perkhidmatan asas dan pakej aktiviti yang ditawarkan oleh pihak pengusaha inap desa. Perkhidmatan asas yang dimaksudkan adalah melibatkan tiga perkara utama iaitu kemudahan bilik tidur, bilik mandi dan penyediaan makanan yang menjadi teras perkhidmatan kepada program inap desa. Manakala pakej aktiviti adalah aktiviti yang ditawarkan, namun tidak sama dengan aktiviti yang disediakan oleh pengusaha inap desa. Jabil et al. (2011) menyarankan bahawa kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan yang baik, selesa serta kemudahan yang mencukupi perlu ada dalam setiap program inap desa.

Kualiti perkhidmatan boleh memberi kesan kepada kepuasan pelanggan yang menginap dan seterusnya memberi impak kepada penjana pendapatan penduduk kampung. Jabil dan Suriani (2012) menyatakan bahawa kualiti perkhidmatan program inap desa dapat meningkatkan imej inap desa dan secara tidak langsung meningkatkan pendapatan penduduk. Ini selaras dengan hasrat kerajaan memperkasakan ekonomi penduduk luar bandar (Model Baru Ekonomi Luar Bandar, 2011).

Berdasarkan permasalahan kualiti perkhidmatan dan isu kepuasan pelanggan, kajian ini mengambil inisiatif untuk mengkaji kualiti perkhidmatan berdasarkan model kualiti perkhidmatan (SERVQUAL) yang dibangunkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dan model ini diuji dengan kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka. Hasil dapatan kajian juga tidak konsisten kerana kajian yang dilakukan oleh Parasuraman et al. (1988) mendapati kebolehpercayaan adalah penyumbang terbesar kepada kepuasan pelanggan, manakala kajian-kajian lain mendapati dimensi empati merupakan dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Maziah, Siti Syuhada & Muhammad Firdaus, 2016), sementara Chen, Ouyang, Huang dan Lee (2016) pula mendapati faktor nyata paling mempengaruhi kepuasan pelanggan. Disebabkan hasil dapatan kajian yang tidak konsisten, maka kajian ini ingin menggunakan model SERVQUAL untuk diuji dengan kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka.

Melaka diberi tumpuan kerana negeri ini merupakan salah satu negeri yang menerima kehadiran pelancong yang tinggi di Malaysia dan isu kepuasan pelanggan/pelancong di sini adalah amat kritikal kerana ianya berkait dengan penjana ekonomi penduduk dan negeri Melaka amnya (Mohamad Zaki, Johan Afendi & Norria, 2011). Sekiranya pelanggan kurang berpuas hati dengan perkhidmatan yang diberikan, pelanggan kemungkinan besar tidak akan datang semula ke inap desa tersebut.

Malah sebelum ini, kajian berkaitan kepuasan pelanggan inap desa yang dikaji khas untuk negeri Melaka masih memerlukan kajian lanjut. Kajian-kajian lampau berkaitan kepuasan pelanggan inap desa telah dilakukan di beberapa negeri di Malaysia termasuk Kedah (Zurina Omar & Noreen Noor Abdul Aziz, 2015; Mohamad Zaki, Johan Afendi & Norria Zakaria, 2011), Sabah (Rosazman & Velan, 2014), Labuan (Noor Na'im, 2011), Serawak (Sharon Esther, 2013), Selangor (Mohd Noor, Mohd Hafiz, Norliza & Norazah 2016) dan Terengganu (Siti Falindah, Azwadi, Noor Fadhiha & Siti Nur 'Atikah, 2013). Maka

kajian ini mengkaji kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka dengan kualiti perkhidmatan sebagai prediktor.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji hubungan antara lima dimensi kualiti perkhidmatan ke atas kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka. Enam objektif khusus kajian ini ialah:

- a. Mengenal pasti hubungan antara dimensi nyata dan kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka.
- b. Mengenal pasti hubungan antara dimensi kebolehpercayaan dan kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka.
- c. Mengenal pasti hubungan antara dimensi responsif dan kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka.
- d. Mengenal pasti hubungan antara dimensi jaminan dan kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka.
- e. Mengenal pasti hubungan antara dimensi empati dan kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka.
- f. Mengenal pasti faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka.

PERSOALAN KAJIAN

Kajian ini turut mempunyai enam persoalan kajian seperti berikut:

- a. Apakah terdapat hubungan antara dimensi nyata dan kepuasan pelanggan.
- b. Apakah terdapat hubungan antara dimensi kebolehpercayaan dan kepuasan pelanggan.
- c. Apakah terdapat hubungan antara dimensi responsif dan kepuasan pelanggan
- d. Apakah terdapat hubungan antara dimensi jaminan dan kepuasan pelanggan
- e. Apakah terdapat hubungan antara dimensi empati dan kepuasan pelanggan
- f. Apakah faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan inap desa di negeri Melaka

HIPOTESIS KAJIAN

Berdasarkan objektif dan permasalahan kajian, serta tinjauan literatur yang akan diulas dalam Bab 2, kajian ini telah membina lima hipotesis kajian seperti berikut:

Hipotesis 1

Ho1: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi nyata dan kepuasan pelanggan inap desa.

Ha1: Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi nyata dan kepuasan pelanggan inap desa.

Hipotesis 2

Ho2: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi kebolehpercayaan dan kepuasan pelanggan inap desa

Ha2: Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi kebolehpercayaan dan kepuasan pelanggan inap desa.

Hipotesis 3

Ho3: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi responsif dan kepuasan pelanggan inap desa

Ha3: Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi responsif dan kepuasan pelanggan inap desa

Hipotesis 4

Ho4: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi jaminan dan kepuasan pelanggan inap desa

Ha4: Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi jaminan dan kepuasan pelanggan inap desa

Hipotesis 5

Ho5: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi empati dan kepuasan pelanggan inap desa

Ha5: Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi empati dan kepuasan pelanggan inap desa

KEPENTINGAN KAJIAN

Kajian yang dijalankan ini penting kepada industri inap desa kerana ianya dapat memberi gambaran yang lebih jelas untuk membantu meningkatkan mutu perkhidmatan yang ditawarkan oleh setiap inap desa. Selain itu hasil kajian yang diperolehi, diharapkan dapat membantu pengusaha inap desa dalam mengenal pasti masalah yang timbul dalam menawarkan perkhidmatan kepada pelanggan.

Dapatan kajian ini juga diharapkan dapat digunakan oleh Kementerian Pelancongan Malaysia supaya dapat meningkatkan kebolehpasaran program inap desa pada masa akan datang dan menjamin penyelarasan mutu perkhidmatan program inap desa di Malaysia. Hasil kajian ini turut memberi penekanan kepada program inap desa daripada sudut penyeragaman perkhidmatannya. Kajian ini boleh dijadikan sebagai penanda aras bagi membantu pengurusan inap desa untuk meningkatkan industri inap desa.

Hasil kajian ini diharapkan dapat membantu dan digunakan bagi memperkukuhkan lagi instrumen pengukuran kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan inap desa. Kajian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan rujukan akademik pelajar dan pendidik yang berminat untuk mengkaji kajian ini pada masa hadapan.

SKOP KAJIAN

Kajian ini mengkaji hubungan antara lima dimensi kualiti perkhidmatan dengan kepuasan pelancong atau pelanggan yang menginap di inap desa negeri Melaka. Ianya melibatkan tujuh buah kampung iaitu Inap Desa Kampung Seri Tanjung, Inap Desa Ayer Limau, Inap Desa Kampung Alai, Inap Desa Kampung Morten, Inap Desa Kampung Pulau, Inap Desa Tambak Paya dan Inap Desa Kampung Parit Penghulu. Disebabkan kajian hanya memberi tumpuan khusus kepada inap desa di negeri Melaka, maka hasil kajian ini kurang sesuai digeneralisasikan ke inap desa lain di Malaysia. Sampel dan populasi kajian ini terdiri daripada pelanggan yang datang mengikuti program inap desa di setiap inap desa yang disenaraikan. Skop kajian ini juga hanya tertumpu kepada persepsi mereka terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha inap desa. Instrumentasi kajian ini diadopsi dari Parasuraman et al. (1988) untuk mengukur kualiti perkhidmatan inap desa, dimana telah terbukti kebolehpercayaannya kerana telah digunapakai oleh ramai pengkaji.

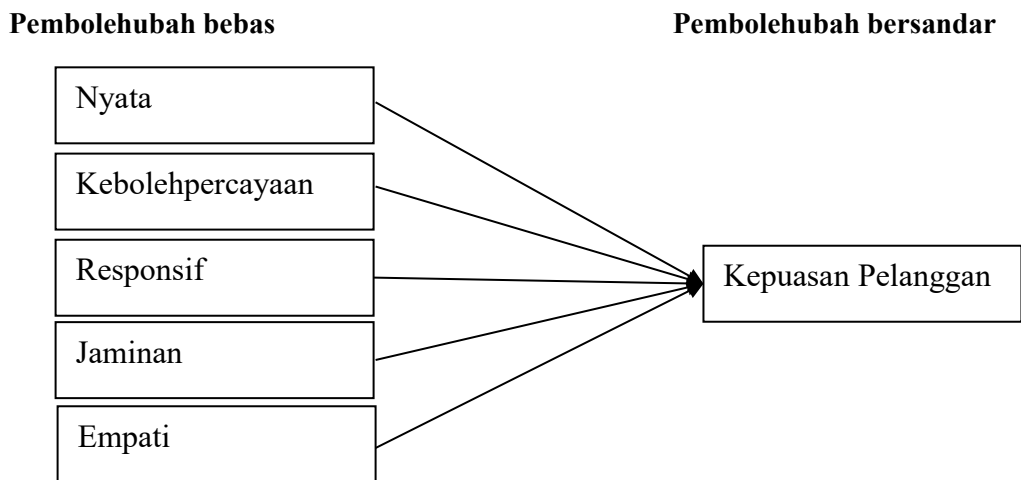
BATASAN KAJIAN

Berikut adalah faktor yang menjadi batasan kajian ini:-

Kajian ini hanya melibatkan kepada kedatangan pelanggan di setiap inap desa di negeri Melaka. Kebanyakannya lokasi inap desa ini berjauhan antara satu sama lain, ini menyebabkan pengkaji mengambil masa yang panjang untuk mengumpul soal selidik. Selain itu jumlah kedatangan pelanggan ke inap desa jika tidak sama, ini menyukarkan pengkaji untuk membuat persempelan rawak.

KERANGKA KONSEP

Berdasarkan kepada perbincangan masalah dan objektif kajian, penyelidik membentuk kerangka kerja teori untuk memudahkan dalam menjalankan penyelidikan. Berpandukan Model yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988), selain ulasan literatur kajian lampau yang akan dihuraikan dalam bab dua. Dalam kajian ini, pembolehubah bebas terdiri daripada lima dimensi kualiti perkhidmatan iaitu nyata (*tangible*), kebolehpercayaan (*reliability*), responsif (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Manakala pembolehubah bersandar pula adalah kepuasan pelanggan seperti di Rajah 1.1. Kajian ini mengaitkan model SERVQUAL kepada kepuasan pelanggan berdasarkan kajian-kajian lampau yang menyatakan bahawa lima dimensi kualiti perkhidmatan ini mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Definisi konsep ini turut akan digunakan di dalam menentukan maksud konsep dalam kajian ini.



Rajah 1.1: Kerangka Teori Bagi Pembolehubah Bebas dan Pembolehubah Bersandar Untuk Kajian Kepuasan Pelanggan. Model Kepuasan Pelanggan (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988)

Jadual 3.6: Nilai Alpha Cronbach Lima (5) Dimensi Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan

Dimensi	Nilai Cronbach's Alpha
Nyata	.974
Kebolehpercayaan	.887
Responsif	.802
Jaminan	.893
Empati	.838
Kepuasan Pelanggan	.955

Jadual 3.7: Taburan Pemilihan Sample Mengikut Inap Desa

No	Inap Desa	Kedatangan Pelancong 2015	Peratusan Kunjungan (%)	Jumlah Responden
1.	Inap Desa Kampung Seri Tanjung	5,107	13	21
2.	Inap Desa Ayer Limau	1,114	2.9	5
3.	Inap Desa Kampung Alai	2,010	5.1	8
4.	Inap Desa Kampung Morten	11,623	29.8	48
5.	Inap Desa Kampung Pulau	819	2.1	3
6.	Inap Desa Tambak Paya	997	2.6	4
7.	Inap Desa Kampung Parit Penghulu	17,368	44.5	71
Jumlah		39,038	100	160

ANALISIS REGRESI

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dimensi nyata, dimensi kebolehpercayaan, dimensi responsive, dimensi jantina dan dimensi empati terhadap kepuasan pelanggan. Analisis regresi merupakan kaedah yang membolehkan kita mengkaji kesan atau pengaruh berdasarkan persamaan linier bukan sahaja antara satu pembolehubah dengan satu pembolehubah lain tetapi juga antara satu pembolehubah dengan beberapa pembolehubah (Hair et al.2010)

Bagi menentukan set predictor terbaik kepuasan pelanggan, lima model predictor regresi linier dicadangkan. Kelima-lima pembolehubah predictor adalah dimensi nyata (X_1), dimensi kebolehpercayaan (X_2), dimensi responsif (X_3), dimensi jaminan (X_4) dan dimensi empati (X_5). Persamaan regresi linier berganda yang dicadangkan adalah seperti berikut :

$$Y = b_0 + b_1 (X_1) + b_2 (X_2) + b_3 (X_3) + b_4 (X_4) + b_5 (X_5) + e$$

Di mana :

Y = Kepuasan Pelanggan

b_0 = Konstan

$b_1 _ 5$ = *Estimates (regression coefficients)*

X_1 = Dimensi nyata

X_2 = Dimensi kebolehpercayaan

X_3 = Dimensi Responsif

X_4 = Dimensi Jaminan

X_5 = Dimensi Empati

e = *Error*

Untuk menentukan set terbaik daripada pembolehubah bebas dalam meramal kepuasan pelanggan, kaedah regresi berganda digunakan. Berdasarkan kaedah yang digunakan, empat daripada lima pembolehubah bebas didapati penting dalam menjelaskan kepuasan pelanggan dalam kajian ini. Empat pembolehubah bebas tersebut adalah dimensi nyata (X_1), dimensi kebolehpercayaan (X_2), dimensi jaminan (X_4) dan dimensi empati (X_5). Sementara dimensi responsif (X_3), tidak menyumbang kepada kepuasan pelanggan kerana hasil dapatan yang tidak signifikan ($\beta = -0.101$, $p = 0.263$).

Jadual 4.24: Analisis Regresi ke atas Kepuasan Pelanggan (ANOVA)

Kepuasan Pelanggan (Y)	Pembolehubah bebas	β	BETA	t	Sig.
	Konstan	-.088		-.359	.720
	Nyata	.174	.157	2.309	.022
	Kebolehpercayaan	.398	.342	4.072	.000
	Responsif	-.101	-.091	-1.124	.263
	Jaminan	.226	.222	2.673	.008
	Empati	.338	.317	4.594	.000
R	.688				
F	63.431				

Seperti digambarkan dalam Jadual 4.24, jangkaan model pekali untuk B_0 adalah $-.088$, b_1 adalah 0.174 , b_2 adalah 0.398 , b_4 adalah 0.226 dan b_5 adalah 0.338 . Oleh kerana itu, model yang dijangkakan adalah seperti berikut:

$$Y = -.088 + .174(X_1) + .398 (X_2) + .226 (X_4) + .338 (X_5) e^*$$

Nilai R^2 adalah 0.688 menunjukkan bahawa empat predictor pembolehubah menyumbang sekitar 68.8% dari varians kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahawa hasil yang amat baik. Jadual 4.24 juga menunjukkan bahawa F-statistik ($F = 63.431$) adalah besar dan nilai-p yang sangat signifikan (0.0001) atau lebih rendah dari nilai alpha 0.05 . Ini menunjukkan bahawa slop dari garis model linier regresi dianggarkan tidak sama sekali dengan sifar mengesahkan bahawa ada hubungan linier antara kepuasan pelanggan dan pembolehubah bebas.

Hasil kajian ini menunjukkan bahawa satu unit dimensi nyata (X_1) meningkatkan, maka tahap kepuasan pelanggan juga turut meningkatkan sebanyak 0.174 . Manakala satu unit dimensi kebolehpercayaan (X_2) meningkat maka tahap kepuasan pelanggan juga turut meningkat sebanyak 0.398 . Begitu juga jika satu unit dimensi jaminan (X_4) meningkat, maka tahap kepuasan pelanggan juga turut meningkat 0.226 . Sementara itu satu unit dimensi jaminan (X_5) meningkat, maka tahap kepuasan pelanggan juga turut meningkat sebanyak 0.338 . Kajian juga menunjukkan faktor dimensi kebolehpercayaan merupakan penyumbang terbesar kepada kepuasan pelanggan yang seterusnya menyokong kajian pertama yang dilakukan oleh Parasuraman et.al. Pada tahun 1985.

KESIMPULAN

Hasil dapatan kajian menunjukkan tahap kepuasan pelanggan adalah tinggi, begitu juga dengan tahap dimensi nyata, dimensi kebolehpercayaan, dimensi reponsif, dimensi jaminan dan dimensi empati yang menunjukkan kesemuanya memperoleh nilai min yang tinggi. Ujian korelasi juga menunjukkan kesemua pemboleh ubah bebas mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan seterusnya menyokong hipotesis kajian. Sementara hasil ujian regresi menunjukkan pembolehubah bebas iaitu kualiti perkhidmatan menyumbang 68.8% dari varians kepuasan pelanggan. Sementara dimensi kebolehpercayaan adalah penyumbang terbesar kepada kepuasan pelanggan dalam kajian ini.

RUJUKAN

- Alin Sriyam. (2010). *Customer Satisfaction towards Service Quality of Front Office Staff at the Hotel*. Master of Arts Degree in Business English for International Communication at Srinakharinwirot University. Tesis Sarjana yang tidak diterbitkan, Srinakharinwirot University Bangkok.
- Alexender Anak Wong. (2004). *Kepuasan Pelanggan dan Hubungannya Dengan Kualiti Perkhidmatan: Satu Kajian Di Istana Budaya, Kuala Lumpur*. Tesis Sarjana yang tidak diterbitkan, Universiti Utara Malaysia.
- Aminudin Yusof & Shamsarizal Abd Aziz. (2008). *Hubungan Antara Kualiti PerkhidmatanKemudahan Sukan Kolej Matrikulasi Dengan Kepuasan Pelajar*. Malaysian Education Deans' Council. <http://www.medc.com.my/medc/journals/vol2/2>.
- Amran Hamzah (2010). *Malaysian Homestay from the Perspective of Young Japanese Tourist: the Quest for Furusato*. CIPD Monograf. Universiti Teknologi Malaysia, Skudai.
- Anizah Hj Zainuddin. (2015). *Tahap Kualiti Perkhidmatan Program Homestay di Johor dalam Program Homestay dan Pembangunan Komuniti luar Bandar di Malaysia*. Kedah : Penerbit Universiti Utara Malaysia. 184-202.
- Ary, D., Jacobs, L.C., & Razavieh, A. (2010). *Introduction to Research in Education*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Azimatun, N. A., Salmiah, B., & Ahmad, J. (2012). *Kajian keratan rentas perbandingan kepuasan pelanggan di antara klinik-klinik kesihatan primer luar Bandar dan Bandar didaerah hulu Langat dan faktor-faktor yang mempengaruhi*. Malaysian Journal of Public Health Medicine, 12(2), 52-67.
- Buchner, A., Faul, F., & Erdfelder, E. (1992). *G.POWER: A priori-, post hoc-, and compromise power analyses for the Macintosh [computer program]*. Bonn, Germany: Bonn University).
- Burns, N., & Grove, S. (2001). *The practice of nursing research: conduct, critique and utilization (4th ed.)*. W.B. Saunders: Philadelphia, Pennsylvania, USA.
- Cappelleri, J. C., & Darlington, R.B. (1994). *The power analysis of cutoff-based randomized clinical trials*. Evaluation Review, 18(2), 141-152.
- Chen, K.W., Ouyang, Y., Huang, Y.C., & Lee, T.L. (2016). *The study on the service quality satisfaction of public hot spring hotels*. The International Journal of Organizational Innovation, 9, 187-199.
- Chua, Y.P. (2011). *Kaedah Penyelidikan*. Kuala Lumpur: McGraw-Hill Education.
- Cohen, J. (1998). *Statistical power analysis for the behavioral sciences (2ⁿ ed.)* Hillsdale. NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
- Cooper, D.R., & Schindler, P.S. (2003). *Business Research Methods. (8th ed.)*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Cronin, J.J., & Taylor, S.A. (1992). *Measuring service quality: A re-examination and extension*. Journal of Marketing, 56, 55-68.
- Creswell, J.W. (2007). *Educational research (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Da Cruz W.B.S., & Melleiro, M.M. (2010). *Assessment levels of the user's satisfaction in a private hospital*. *Rev Esc Enferm USP*, 44(1), 145-151.
- Davis, J.A. (1971). *Elementary survey analysis*. Eaglewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). *GPOWER: A general power analysis program*. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 28, 1-11.
- Eraqi, M. I. (2006). *Tourism services quality (TourServQual) in Egypt: The viewpoints of external and internal customers*. *An International Journal*, 13(4): 469-492.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Healy, M. (2005). *Linking research and teaching to benefit student learning*. *Journal of Geography in Higher Learning Education*, 29(2), 183-201.
- Faizal Amin Yunus (2014). *Kesahan dan Kebolehpercayaan Instrumen Pemindahan Pembelajaran berdasarkan Pendekatan Model Rasch: Kajian Rintis First Technical and Vocational Education International Seminar 2014 (TVEIS 2014)*.
- Ganguli, S., & Roy, S.K. (2010). *Service Quality Dimensions of Hybrid Services*. *Managing Service Quality*, 20(5), 404-424.
- Goeldner, C.R. & Brent Ritchie, J.R. (2011). *The 12th edition of Tourism-Principles, Practices, Philosophies Tw*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Haliyana, T., & Atiah, I. (2014). *Penilaian Kualiti Perkhidmatan di One Stop Centre (OSC) Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS): Satu Kajian Rintis E-proceedings of the Conference on Management and Muamalah (CoMM 2014)*, 26-2.
- Hamed, A.B., Hashim, M., & Sabri, H. (2005). *Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan dalam Perbankan Islam. Hamed, Abu Bakar, Muhammad Hashim, and Hisham Sabri. "Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan dalam Perbankan Islam."*
- Holton, E.F. III, & Burnett, M.F. (1997). *Quantitative research methods in Swanson, R.A. & Holton, E.F. III (Eds.) Human resource development research handbook: Linking research and practice (pp.65-87)*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Ismail, A., Masturah, M., & Nur Hazirah, H. (2013). *Kepuasan Pelanggan terhadap perkhidmatan Kutipan Zakat Dalam Era Gen-Y, Proceeding Paper Pembangunan Modal Insan*.
- Jabil, M., & Suriani, C.I (2012). *Program Homestay dan Pembangunan Sosioekonomi Luar Bandar di Malaysia. Kedah : Penerbit Universiti Utara Malaysia*.27-48.
- Jabil, M., Siti Asma', M.R., Munir, S., & Sharmini, A. (2011). *Pembangunan program homestay di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia: Profil, produk dan prospek. GEOGRAFIA Online Malaysia Journal Of Society and Space 7 (2), 45-54*.

- Johan, A.I., & Mohamad Zaki, A. (2009). Program Homestay Pemangkin Pertubuhan Ekonomi Luar Bandar, Kajian Kes: Negeri-negeri Utara Semenanjung Malaysia. *Malaysia Prosiding Perkem IV, Jilid 2*. 227-242.
- Kalsom, K. (2010). *Program Homestay dan Pembangunan Sosioekonomi Luar Bandar di Malaysia*. Kedah: Penerbit Universiti Utara Malaysia, 27-48.
- Kalsom, K., & Nor Ashikin, M.C. (2006). *Penglibatan Ahli Komuniti dalam Program Pembangunan Komuniti: Satu Kajian ke Atas Program Homestay di Kedah*. *Akademika*. 67,77-102.
- Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia diperolehi pada 5 Jan 2016 dari <http://www.motour.gov.my>.
- Kerlinger, F.N., & Lee, H.B. (2000). *Foundations of behavioral research* (4th ed.). Holt. NY: Harcourt College Publishers.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Marketing management*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall. Chicago.
- Kotler, P., Ang, S.H., Leong, S.m., & Tan, C.T (1999). *Marketing Management: An Asian Perspective*. New Jersey; Prentice Hall Inc.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychology Measurement*. 30, 607-613.
- Lovelock, C & Wirtz, J. (2010) *Services Marketing : People, Technology, Strategy*(7th Edition) Penerbit Prentice Hall.
- Malaysia (1995) Garis panduan Penyediaan Homestay, Ministry of Culture, Arts and Tourism : Kuala Lumpur.
- Marshall G, & Murdoch L. (2001). *Services quality in consulting marketing engineers*, Oxford: Oxford Brookes University.
- Maziah, O., Siti Syuhada, A.R., & Muhammad Firdaus Muhammad Sabri (2016). Kepuasan Terhadap Kualiti Perkhidmatan KTM Komuter: Kajian Kes di Lembah Klang. Proceeding of the 2nd International Conference on Economics & Banking 2016 (2nd ICEB)
- McIntosh, R.W, Goelder, C.R., & Ritchie, J. R. B. (2011). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 12th edition. New York: John Wiley & Sons.
- Minh, N.H., Ha, N.T., Anh, P.C., & Matsui, Y. (2015). Services quality and customer satisfaction: A case study of hotel industry in Vietnam. *Asian Social Science*, 11 (10),73.
- Model Baru Ekonomi Luar Bandar (2011). <http://www.ruralink.gov.my/model-baru-ekonomi-luar-bandar-mbelb/> dicapai pada [Jun 2016]
- Mohamed Anwar O., & Norazlinda Mohamed R. (2009). Mak Long The Guest House, Cherating; Disebalik Lagenda Pengasasan Program Rumah-inapan di Malaysia *Jurnal Melayu* (4), 127-142.

- Mohamad Hanif M., & Mawarniee Mohd Yunus (2014) Amalan Pengurusan Kualiti dan Kepuasan Pelanggan Dalam Sektor Ekopelancongan Berteraskan Aktiviti *Proceeding of the Social Sciences Research ICSSR* (e-ISBN 978-967-11768-7-0). 9-10 June 2014.
- Mohamad Akmal, M.T. (2013), *Mengukur Tahap Kepuasan Pelancongan Terhadap Kualiti Perkhidmatan dan Produk Pelancongan di Kawasan Pelancongan Berstatus Lindungan Alam Sekitar*, Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohamad Zaki A., Johan Afendi, A., & Noria Z., (2011). Inap Desa sebagai Satu Agen Pembangunan Sosioekonomi Komuniti: Menelusuri Perspektif Pelajar-pelajar Pengurusan Pelancongan UUM. *Prosiding PERKEM JILID 2*, 481-493.
- Mohd Fauzwadi, M. A., Abu Bakar, H., & Muhammad, N. M. H. (2013) *Hubungan antara kualiti produk, kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan dalam perbankan Islam*.185-202.
- Mohd Majid Konting (1990). *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Noor Ismawi Ismail, Mohd Hafiz Hanafiah. Norliza Aminuddin & Norazah Mustafa (2016). *Community-based Homestay Services Quality, Visitor Satisfaction, and Behavioral Intention. Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 398-405.
- Muhammad Faizal, B., (2014). *Kepuasan Pelajar Terhadap Kualiti Perkhidmatan Perbankan Islam DI Malaysia Jabatan Syariah dan Pengurusan Akademi Pengajian Islam*. Universiti Malaya Kuala Lumpur. Tesis yang bukan diterbitkan.
- Muhamad Saufiyudin Omar, Hashim Fadzil Ariffin, & Rozila Ahmad. (2016). Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects of Gender : A Study of Arabic Restaurants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 224,384-392.
- Nadiah, H. A. J., Jalaluddin, A. M., & Er, A. C. (2015). *Pusat Transformasi Bandar (UTC) sebagai Pusat Hentian Setempat: Kajian Kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan UTC Kuala Lumpur*.
- Noor Na'im Shah M.Effandy, (2011). *A study of tourist satisfaction using service quality dimensions for homestay ventures in Labuan*. Masters thesis, Universiti Malaysia Sabah.
- Norazah Mohd Suki (2012). Structural Relationships between Aspects of hotel Service Quality and Their Effect on Tourist Satisfaction (Hubungan Struktur antara Aspek Kualiti Perkhidmatan Hotel dan Kesannya ke Atas Kepuasan Pelancong). *Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 36. 113-121.
- Noreen Noor, A. A., Zurina, O., & Nur Adilah, S. (2015). *Kualiti Perkhidmatan Pelancong dalam Program Homestay di Selangor dalam Program Homestay Dan Pembangunan Komuniti luar Bandar di Malaysia*. Kedah: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Norizan, Shariah Bagam, Islam Reza & Mohd Nasraf (2014). *Service Quality Factor for the Success of Home Stay Agro Tourism in Malaysia*. 1-13.
- Norliza Aminudin & Salamiah A.Jamal. (2006) *Program Homestay Dan Pembangunan Komuniti luar Bandar di Malaysia*. Kedah: Penerbit Universiti Utara Malaysia.

- Nurhazani Mohd Shariff. (2004). *Bisness pelancongan Siri Keusahawanan dan Perniagaan*. Penerbit PTS Pub&Dist.
- Othman, M. (2001). *Penulisan Tesis dalam Bidang Sains Sosial Terapan*. Serdang: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Panduan Pendaftaran Homestay diperolehi pada 3 Feb 2016 dari http://www.motac.gov.my/en/download/viewdownload/6-garis-panduan_pendaftaranhomestay
- Pallant, J. (2007). *SPSS Survival Manual*, 3rd Edition, Crows West, New South Wales, 2007.
- Parasuraman, Berry & Zeithaml, (1991). Understanding Customer Expectations of Service, *Sloan Management Review*, spring, 39-48.
- Parasuraman, A., Valerie, A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49(4). 41-50.
- Parasuraman, A., Valerie, A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12 40.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1990). Guidelines for Conducting Service Quality Research. *Marketing Research*, 34-44.
- Program Homestay Malaysia diperolehi pada 17 Mac 2016 dari <http://www.motour.gov.my/soalan-lazim/141-program-homestay-malaysia>
- Rafien, N. S. M., Ab Hasan, Z.B., & Othman, A. (2011). *Service Quality in Hospitality Industry: A Study of Homestay in Melaka*. Nor Shahrina Mohd Rafien, Zunaidah Ab Hassan, Azhana Othman Universiti Teknologi MARA (UiTM).
- Rahman, S. B. B. A., Rahman, I. R. B. A., & Nasruddin, M. N. B. M. Service Quality Factor for the Success of Home Stay Agro Tourism in Malaysia.
- Richardson, K. (2003) International education: The quality of homestay services. Presented at the 17th IDP Australian International Education Conference, Melbourne, October 2003.
- Roselena, M. (2001). Kualiti Pendidikan Kolej Profesional MARA daripada Perspektif Pelajar. Kolej Profesional MARA Beranang. http://www.mara.gov.my/c/document_library/get_file?uuid=93a2c4fd-4087451bb089-077c47eed2a9&groupID=30564
- Rosazman, H., & Velan, K. (2014). Pelancongan Mapan Berasaskan Komuniti (CBT) melalui program homestay di Sabah, Malaysia *GEOGRAFIA Online Malaysian Journal of Society and Space*, 10(3), 160-174.
- Schlesinger, L., & Heskett, J. (1991). Breaking the cycle of failure in services. *Sloan Management Review*, 32, 17-28.
- Sharon Esther. D. S. (2013). *Local Perceptions toward Social and Cultural Impacts of Tourism in Kampung Benuk, Kuching*. Master of Science (Tourism Management) Universiti Utara Malaysia.

- Siti Aminah, S. (2011). *Customers Satisfaction toward Service Quality in RFC Restaurant: A Case Study in Kedah*. Master's thesis, Universiti Utara Malaysia.
- Siti Falindah Padleel, Azwadi Alil, Noor Fadhiha Mokhtar & Siti Nur ' Atikah Zulkiffli (2013). Regret and Satisfaction Influencing Attitude and Intention in Using Homestay Terminology: *The Structural Approach*. *Asian Social Science*, 9(17), 94-105.
- Sushila, D.R., Uma Thevi M., Saeed, P.S., & Vikneswaran, N. (2014). Service Quality and previous experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia: A partial least squares approach. *Procedia, Social and Behavioral Sciences-5th Asia Euro*, 144, 203-211.
- Tourism Malaysia diperolehi pada 22 Nov. 2015 dari <http://tourismmalaysia.gov.my>
- Ueltschy, L., Laroche, M., Eggert, A., & Bindl, U. (2007). Service quality and satisfaction: an international comparison of professional Services perceptions. *Journal of Services Marketing*, 21(6), 410-423.
- Uma Sekaran, (2000). *Research Methods for Business, A skill Building Approach*, UK: John Wiley and Sons.
- Umesh, Gunarathne WHDP (2014) Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in Sri Lanka Hotel Industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*. 4(11), 1-8.
- Yuhanis Abdul Aziz & Mohhidin Othman (2015) Kualiti Perkhidmatan Pelancong dalam Program Homestay di Selangor dalam Program Homestay dan Pembangunan Komuniti luar Bandar di Malaysia, Kedah: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Yusof Boon & Azlinda Kasma Azizan Kamal A. Nasir. (2011). Kepuasan Pelajar Fakulti Pendidikan UTM Terhadap Kualiti Perkhidmatan di Pusat Kesihatan UTM. *Journal of Education Managemnt*, 11(1), 103-120.
- Zeithmal, V., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery through Websites: A Critical Review of Extent Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375.
- Zeithml V. A., Parasuraman, A., & Berry L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press, New York. NY.
- Zeithml V. A., Parasuraman, A., & Berry L. L. (1996) . The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithml V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Service Martketing*. McGraw Hill Inc, International Edition, New York.
- Zeithml V. A., Parasuraman, A., & Berry L. L. (1990). *Delivering quality service:Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press, New York. NY.
- Zurina Omar & Noreen Noor Abdul Aziz (2015). Kualiti Perkhidmatan Pelancong dalam Program Homestay di Selangor dalam Program Homestay dan Pembangunan Komuniti luar Bandar di Malaysia. Kedah: Penerbit Universiti Utara Malaysia.