



**ADVANCED INTERNATIONAL JOURNAL OF
BUSINESS, ENTREPRENEURSHIP AND SME'S
(AIJBES)**

www.aijb.es.com



KUALITI PERKHIDMATAN DAN KEPUASAN PELANGGAN HOMESTAY MENGGUNAKAN MODEL SERVQUAL

*QUALITY OF SERVICE AND HOMESTAY CUSTOMER SATISFACTION USING
THE SERVQUAL MODEL*

Najwa Karmila Othman^{1*}, Nor Aishah Buang²

¹ Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia
Email: najwakarmila@gmail.com

² Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia
Email: norais@ukm.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 01.02.2021

Revised date: 10.02.2021

Accepted date: 17.02.2021

Published date: 01.03.2021

To cite this document:

Othman, N. K., & Buang, N. A. (2021). Kualiti Perkhidmatan Dan Kepuasan Pelanggan Homestay Menggunakan Model SERVQUAL. Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs, 3 (7), 59-74.

DOI: 10.35631/AIJBES.37006.

This work is licensed under [CC BY 4.0](#)



Abstrak:

Perusahaan homestay merupakan sebahagian dari pelancongan desa yang melibatkan pelbagai aktiviti bersama masyarakat setempat melalui pengenalan akan budaya, makanan tradisional, permainan dan sukan yang sering dimainkan oleh masyarakat luar bandar. Semua aktiviti ini merupakan sebahagian dari perkhidmatan yang perlu disediakan oleh pengusaha homestay. Ini kerana, penyediaan perkhidmatan yang berkualiti oleh dipercayai dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan homestay. Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti hubungan diantara lima dimensi model SERVQUAL terhadap kepuasan pelanggan homestay dan mengetahui dimensi yang paling memberikan kesan terhadap kepuasan pelanggan. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif yang melibatkan seramai 384 orang responden yang dipilih secara teknik pensampelan rawak mudah. Perisian Paket Statistik untuk Sains Sosial (SPSS) versi 25 digunakan untuk menguji hubungan pembolehubah dan mendapatkan dapatan berkaitan analisis deskriptif, korelasi dan regresi yang diperlukan dalam kajian. Dapatan kajian menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan kuat antara dimensi nyata, responsif, empati jaminan dan kebolehpercayaan dengan kepuasan pelanggan homestay. Dimensi kebolehpercayaan dan jaminan merupakan dimensi yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan homestay. Dapatan kajian ini dapat membantu pengusaha homestay untuk lebih memahami kehendak dan keperluan pelanggan dengan meningkatkan tahap kepuasan pelanggan melalui dimensi nyata, kebolehpercayaan, jaminan, responsif dan empati. Di samping memberi implikasi kepada penduduk tempatan untuk menceburi sektor pelancongan desa sebagai usaha untuk

meningkatkan taraf dan kualiti hidup dan memajukan sektor pelancongan luar bandar.

Kata Kunci:

Kepuasan Pelanggan, Kualiti Perkhidmatan, Model SERVQUAL, Pelancongan Desa, Homestay

Abstract:

The homestay industry is part of the tourism services industry. It is important for homestay operators to provide services that can meet the needs and satisfaction of customers. However, there are some problems related to the quality of services provided by homestay operators that affect customer satisfaction. Problems arise due to a lack of knowledge of the dimensions that can be used to provide quality services. There are five dimensions of the SERVQUAL model that are associated with service quality characteristics and are able to influence homestay customer satisfaction, namely tangible, empathy, responsiveness, reliability, and assurance. This study was conducted with the aim of finding out the relationship between the five dimensions of SERVQUAL service quality with homestay customer satisfaction and identifying the dimensions that most affect customer satisfaction. This study uses quantitative methods and distributed a total of 384 questionnaires to respondents who are local tourists staying at the Hulu Selangor homestay. The results of the study found that the dimensions of tangible, empathy, responsiveness, reliability, and assurance have a positive relationship to customer satisfaction. There are two main dimensions that most affect the satisfaction of homestay customers, namely reliability and assurance. This customer satisfaction is influenced by the treatment received while dealing with homestay employees. Friendly and courteous homestay workers make customers happy and comfortable to get help when needed. Homestay's that provide services efficiently without any errors from the early stage is also able to affect the level of customer satisfaction. Each homestay operator who are concerned with five dimensions and implement them in homestay services will strive to enhance and maintain the quality of the image as the best homestay.

Keywords:

Customer Satisfaction, Service Quality, SERVQUAL Model, Rural Tourism, Homestay

Pengenalan

Pada tahun 1995 terdapat satu program yang dapat meningkatkan ekonomi luar bandar telah dilancarkan dan menjadi inisiatif kerajaan untuk menarik penyertaan masyarakat setempat dalam sektor pelancongan. Program tersebut ialah Program Pengalaman Homestay Malaysia yang pernah melibatkan seramai 458 899 pelancong dan telah mencatatkan pendapatan sebanyak RM29.7 juta pada tahun 2019 (Kementerian Pelancongan Malaysia [MOTAC], 2020). Pencapaian yang memberangsangkan ini telah menjadi satu peluang kepada masyarakat luar bandar dan pengusaha *homestay* untuk meningkatkan pendapatan di samping memelihara alam semulajadi dan budaya setempat (Karki et al., 2019).

Program Pengalaman Homestay Malaysia juga dapat memberikan pengalaman yang menarik kepada pelancong kerana berpeluang untuk mengenali dan mempelajari budaya baharu

masyarakat di luar bandar (Makiya et al., 2016). Pengalaman seperti ini dilihat seiring dengan konsep *homestay* di mana pelancong akan tinggal bersama di rumah pengusaha *homestay* dengan tujuan untuk mempelajari budaya tempatan dan aktiviti masyarakat setempat (Mustika & Habibie, 2016). Bagi pelancong yang ingin merasai pengalaman percutian desa juga sering membuat pilihan untuk menginap di *homestay* kerana kebiasaanya perusahaan ini dijalankan di kawasan luar bandar (Yasami et al., 2017).

Namun, terdapat beberapa masalah timbul berkaitan kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pihak pengusaha *homestay* sehingga memberi kesan terhadap kepuasan pelanggan (Zaid & Sudarmo 2019). Antara masalah utama yang menjadi kelemahan perkhidmatan *homestay* adalah disebabkan pengusaha tidak mempunyai pengalaman dalam pengurusan dan kekurangan kemahiran berkaitan industri pelancongan (Wei, 2019). Kebanyakan pengusaha merupakan penduduk luar bandar dan kurang mendapat pendedahan tentang pengurusan *homestay*. Kebiasaan perniagaan ini memerlukan pendaftaran di bawah Program Homestay Malaysia bagi memastikan pengurusan *homestay* dijaga dan dipantau oleh pihak MOTAC.

Selain masalah pengusaha yang tidak berpengalaman terdapat satu lagi isu yang timbul berkaitan perkhidmatan iaitu pelanggan mendapati perkhidmatan yang disediakan tidak sama seperti yang ditawarkan (Sawatsuk et al., 2018). Contohnya, apabila pelanggan tiba di destinasi untuk membuat pendaftaran masuk pelanggan mendapati pihak *homestay* menyediakan pakej aktiviti yang berbeza dari yang diwar-warkan di iklan atau laman web tempahan. Pelanggan terpaksa menikmati pakej aktiviti yang berbeza seperti yang telah ditempah sebelumnya (Mathachan, 2018). Pelanggan turut mengalami masalah apabila ada pengusaha *homestay* yang menggunakan gambar palsu untuk menarik perhatian pelanggan supaya menggunakan perkhidmatan mereka (Gan et al., 2018).

Isu-isu seperti ini akan memberi kesan terhadap kepuasan pelanggan disebabkan perkhidmatan yang diberikan tidak berkualiti tinggi (Danmei, 2019). Jika pelanggan tidak berpuas hati dan berasa tidak selesa dengan perkhidmatan yang disediakan maka prestasi *homestay* akan turut terjejas (Kuhzady & Ghasemi, 2019). *Homestay* akan menghadapi kesukaran untuk mendapatkan pelanggan pada masa akan datang dan pelanggan juga tidak lagi berminat untuk membuat lawatan ulangan (Kim et al., 2019). Justeru itu, seharusnya kepuasan pelanggan perlu diutamakan dan diberi perhatian sepenuhnya supaya program *homestay* seperti ini dapat dikekalkan dan menjadi sebuah perniagaan yang lebih maju pada masa hadapan (Wang et al., 2019).

Dalam usaha untuk mengenal pasti kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan ketika menggunakan perkhidmatan *homestay* maka kajian ini akan menggunakan lima dimensi model SERVQUAL. Dimensi tersebut terdiri daripada nyata (*tangible*), responsif (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kebolehpercayaan (*reliability*), dan empati (*empathy*). Lima dimensi ini berkaitan dengan kemudahan fizikal yang disediakan oleh pihak *homestay*, jaminan keselamatan dan nilai kepercayaan serta pemahaman pengusaha terhadap keperluan dan kehendak pelanggan mereka (Al-Laymoun et al., 2020). Penambahbaikan terhadap kualiti perkhidmatan dapat dilakukan dan mengekalkan prestasi perniagaan pengusaha di luar bandar (Patyal & Koilakuntla, 2017).

Kajian yang tertumpu di sebuah negeri di Malaysia telah dipilih dan merupakan kawasan pelancongan luar bandar yang mempunyai pelbagai tarikan seperti perkampungan tradisional

dan tempat-tempat bersejarah (Ibrahim et al., 2018). Negeri yang mempunyai banyak tarikan seperti lokasi bersejarah dan kepelbagaiannya adat dan budaya akan mendorong pada pertambahan pelancong (Saidi et al., 2020). Melihat pada aktiviti pelancongan yang semakin aktif akan memberi peluang kepada masyarakat setempat untuk membuka perusahaan *homestay* (Nor & Awang, 2018). Menggalakkan lebih ramai kedatangan pelancong domestik dan antarabangsa serta mempengaruhi ekonomi masyarakat luar bandar (Mohamed et al., 2018).

Perusahaan *homestay* akan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat luar bandar selain dari aktiviti pertanian dan perniagaan kecil-kecilan yang dilakukan sebelum ini (Johari & Anuar, 2020). Perlaksanaan aktiviti ekonomi yang baharu memerlukan pengusaha *homestay* mempelajari asas pengurusan *homestay* untuk memastikan setiap perkhidmatan yang ditawarkan dapat memberi kepuasan kepada pelanggan (Bokhari et al., 2018). Justeru itu, kajian ini dilaksanakan untuk mengenal pasti hubungan di antara kualiti perkhidmatan *homestay* berdasarkan model SERVQUAL. Pengusaha *homestay* boleh melakukan penambahbaikan dengan mengenal pasti dimensi yang paling mempengaruhi kualiti perkhidmatan dan tahap kepuasan pelanggan *homestay*.

Tinjauan Literatur

Kualiti Perkhidmatan

Kualiti perkhidmatan adalah konsep yang menggambarkan perbandingan yang dibuat oleh pelanggan di antara perkhidmatan yang diperoleh dengan perkhidmatan yang dijangkakan (Poornima, 2019). Penyediaan perkhidmatan yang berkualiti tinggi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mendorong lebih ramai pelanggan baharu untuk mencuba dan menggunakan perkhidmatan yang ditawarkan (Wahid et al., 2017). Oleh itu, setiap jenis perniagaan yang berteraskan perkhidmatan seperti industri pelancongan dan perhotelan perlu menyediakan perkhidmatan berkualiti tinggi yang mampu memenuhi kehendak dan keperluan pelancong (Hayati & Novitasari, 2017).

Kualiti perkhidmatan merujuk pada beberapa bahagian seperti keadaan fizikal atau persekitaran *homestay* yang bersih dan penyediaan kemudahan asas yang mencukupi dan selesa untuk digunakan (Ramli et al., 2017). Contohnya seperti penghawa dingin, kerusi dan ruang menunggu serta kawasan meletak kenderaan yang dikhaskan kepada pelanggan *homestay*. Penyediaan kemudahan asas dapat memberi kepuasan kepada pelanggan kerana setiap keperluan dan kehendak mereka di penuhi (Solimun & Fernandes, 2018). Memberikan perkhidmatan yang sempurna juga akan menghasilkan pengalaman pelancongan yang memuaskan (Wahid et al., 2017).

Pelancong turut mementingkan perkhidmatan yang cepat, cekap dan responsif daripada pihak *homestay* (Karuna et al., 2019). Pekerja yang responsif akan sentiasa bersedia untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dengan memberi maklum balas yang segera terhadap setiap masalah yang dikemukakan (Bayih & Singh, 2020). Pelanggan akan berasa dihargai kerana masalah yang dikemukakan mendapat perhatian dan bantuan daripada pihak *homestay* (Jin et al., 2016). Pekerja yang memberikan bantuan segera kepada pelanggan akan mempengaruhi kualiti perkhidmatan dan meningkatkan tahap kepuasan pelanggan (Polus & Bidder, 2016).

Pemberian maklumat tambahan daripada pekerja *homestay* berkaitan aktiviti atau pakej yang disediakan juga merupakan ciri-ciri perkhidmatan yang berkualiti (Lahap et al., 2016). Penyediaan pakej aktiviti yang menarik memberi peluang kepada pelanggan mengenali keistimewaan adat dan budaya masyarakat luar bandar serta memupuk rasa hormat dan menghormati setiap adat budaya masyarakat setempat (Rabu et al., 2016). Sebagai contoh pengenalan tentang seni budaya dan gaya hidup masyarakat setempat seperti tarian dan lagu tradisional serta upacara keramaian. Pakej aktiviti yang melibatkan penduduk tempatan akan memberikan pengalaman yang menarik dan meningkatkan tahap kepuasan pelanggan (Azmi & Hanafiah, 2018).

Sistem keselamatan yang optimum juga merupakan sebahagian dari ciri-ciri kualiti perkhidmatan yang perlu ditekankan oleh pihak *homestay* (Zou & Gui, 2020). Contohnya proses mendaftar masuk dan keluar *homestay*. Pengusaha *homestay* harus menggunakan sistem simpanan rekod keluar dan masuk pelanggan serta segala data kewangan seperti transaksi pembayaran dengan betul tanpa melibatkan sebarang kesilapan (Bachok et al., 2018). Ini untuk meyakinkan pelanggan bahawa segala maklumat peribadi seperti alamat dan nombor kad pengenalan yang diberikan adalah selamat dalam simpanan pihak *homestay* (Mutalib et al., 2019). Segala kemudahan asas seperti perabot dan barang elektrik juga perlu diperiksa sebelum digunakan (Wahyuni & Faisal, 2019). Pihak pengurusan *homestay* juga digalakkan untuk memasang sistem kamera keselamatan litar tertutup (CCTV) di sekitar *homestay* untuk keselamatan pelanggan.

Justeru itu, pengusaha *homestay* yang memberikan perkhidmatan yang berkualiti dan layanan yang baik kepada pelanggan akan mempunyai peluang yang besar untuk menerima lawatan ulangan dari pelanggan mereka (Tefera & Govender, 2017). Perkara ini memberi penekanan bahawa kualiti perkhidmatan mampu untuk memberikan impak yang positif kepada kepuasan pelanggan (Desiyanti et al., 2018). Pengusaha *homestay* boleh melakukan inovasi dan menyediakan pakej baharu untuk mengekalkan prestasi dan imej perusahaan *homestay* (Suffaruddin & Rahman, 2017).

Kepuasan Pelanggan

Memahami keperluan dan kehendak pelanggan menjadi asas dalam industri perkhidmatan seperti pelancongan kerana kepuasan pelanggan merupakan faktor yang berupaya mempengaruhi prestasi perniagaan (Gogoi, 2020). Pelanggan tidak akan berpuas hati jika perkhidmatan yang diberikan adalah rendah dari jangkaan mereka dan jika perkhidmatan yang diberikan adalah yang terbaik maka pelanggan akan kembali untuk menggunakan perkhidmatan yang sama sekali lagi (Kleisari & Markaki, 2019). Justeru itu, kepuasan pelanggan menjadi salah satu objektif yang paling penting dalam setiap perniagaan. Dalam konsep ini menjadi satu kepentingan kepada pengusaha *homestay* untuk membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi perniagaan (Ngo & Nguyen, 2016).

Mengekalkan prestasi perniagaan dapat dicapai melalui penyediaan perkhidmatan yang berkualiti dan dapat memenuhi kepuasan pelanggan (Abror et al., 2019) Pelanggan mempunyai hak untuk mendapatkan perkhidmatan yang berkualiti setanding dengan kos atau pembayaran yang telah dibayar (Sebastia & Marzal, 2020). Pengusaha *homestay* perlu menyediakan perkhidmatan yang dapat memberikan keselesaan dan pengalaman yang berharga kepada pelanggan. Untuk mengekalkan kepuasan pelanggan, pihak pengurusan *homestay* perlu

sentiasa peka akan keperluan dan masalah yang dialami pelanggan sepanjang penginapan di *homestay* (Asmelash & Kumar, 2019).

Homestay perlu memberikan sepenuh perhatian untuk meningkatkan tahap kepuasan pelanggan dan mempunyai nilai proposisi yang dapat mengekalkan kesetiaan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan (Putri et al., 2018). Pengusaha *homestay* perlu menyediakan perkhidmatan dan pakej aktiviti yang dapat menarik minat pelanggan. Pelanggan akan berpuas hati jika perkhidmatan dan pakej aktiviti yang disediakan adalah menarik dan sama seperti yang dinyatakan di iklan atau laman web tempahan *homestay* (Yachin, 2018). Contohnya aktiviti yang berkaitan budaya dan gaya hidup masyarakat tempatan seperti permainan dan sukan tradisional atau berkaitan aktiviti rekreasi seperti merentas hutan dan arung jeram.

Tahap kepuasan pelanggan juga dipengaruhi layanan yang diberi oleh pekerja *homestay*. Pekerja *homestay* perlu melayan pelanggan dengan sopan dan menunjukkan sifat prihatin seperti cuba memahami masalah yang dihadapi oleh pelanggan (Yusof et al., 2016). Layanan terbaik yang diterima oleh pelanggan akan membuatkan pelanggan rasa dihargai dan meningkatkan peluang untuk pelanggan datang semula dan menggunakan perkhidmatan yang sama (Mohamad et al., 2017). Melalui layanan pekerja *homestay* yang sentiasa peramah dan berbudi bahasa semasa berurusan dengan pelanggan turut menyumbang pada tahap kepuasan pelanggan (Simon et al., 2016).

Model SERVQUAL

Model yang pada mulanya sering digunakan untuk mengukur prestasi bagi sesuatu kualiti perkhidmatan bidang pemasaran ini mula digunakan dengan lebih meluas dalam bidang lain bagi tujuan mengenal pasti persepsi pelanggan terhadap perkhidmatan yang diterima (Abu et al. 2020). Model SERVQUAL digunakan kerana dilihat terdapat hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan dan bersifat fleksibel kerana setiap kajian boleh melakukan perubahan ke atas instrumen SERVQUAL mengikut bidang kajian yang dikaji (Saumi & Zolkepli, 2017). Penggunaan model SERVQUAL lebih bertepatan dengan kajian yang berkaitan kualiti perkhidmatan berbanding model Kano yang memfokuskan pada pengurusan kualiti dan pembangunan produk (Borgianni, 2018).

Model SERVQUAL direka untuk mengenal pasti tanggapan dan persepsi pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan dan mempunyai lima dimensi iaitu nyata (*tangible*), jaminan (*assurance*), responsif (*responsiveness*), kebolehpercayaan (*reliability*) dan empati (*empathy*) (Masruroh & Rahmaningtyas, 2020; Masrurul, 2019). Dimensi pertama ialah nyata (*tangible*) yang merujuk pada kemudahan berbentuk fizikal seperti keadaan perabot atau ruang bilik yang disediakan oleh pengusaha *homestay* (Zaid & Sudarmo 2019). *Homestay* yang menyediakan keperluan asas seperti peralatan mandian, penghawa dingin, menyediakan kerusi di ruangan menunggu dan kawasan meletak kenderaan yang mencukupi akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, lokasi *homestay* yang berada di kawasan yang strategik dan selamat turut memberi kesan kepada tahap kepuasan pelanggan *homestay*.

Dimensi kedua pula ialah jaminan (*assurance*) yang dapat diberikan kepada pelanggan seperti keselesaan dan kepercayaan melalui perkhidmatan yang diberikan (Ismail et al., 2016). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perkhidmatan yang disediakan pengusaha *homestay* melalui jaminan keselamatan, keselesaan dan keikhlasan yang ditunjukkan oleh pekerja

homestay semasa melayan kehendak pelanggan. Seterusnya dimensi ketiga iaitu responsif (*responsiveness*) yang merujuk pada kesanggupan pihak *homestay* untuk memberikan bantuan dan perkhidmatan kepada pelanggan dengan cepat dan baik (Abu et al. 2020). Pemberian maklumat dan penerangan berkaitan perkhidmatan dan aktiviti yang ditawarkan dapat meningkatkan tahap kepuasan pelanggan. Ini kerana maklumat tambahan dan penerangan yang diberikan dapat membantu pelanggan *homestay* untuk merancang jadual aktiviti di sepanjang tempoh penginapan.

Bagi dimensi keempat pula berkaitan keupayaan dan kekuatan sistem pengurusan *homestay* iaitu kebolehpercayaan (*reliability*) dalam memberikan kualiti perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan (Rahbaripour et al., 2018). Dimensi yang kelima ialah empati (*empathy*) yang berkaitan dengan keprihatinan pengusaha dan perhatian secara peribadi yang diberikan kepada pelanggan (Alaan, 2016). Kelima-lima dimensi SERVQUAL iaitu nyata (*tangible*), jaminan (*assurance*), responsif (*responsiveness*), kebolehpercayaan (*reliability*) dan empati (*empathy*) yang mewakili kualiti perkhidmatan dilihat berupaya mempengaruhi kepuasan pelanggan *homestay*. Berdasarkan lima dimensi SERVQUAL yang dibincangkan dalam kajian ini mempunyai hubungan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan *homestay*.

Hubungan Lima Dimensi SERVQUAL (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha *homestay* akan memberi kesan terhadap tahap kepuasan pelanggan kerana kualiti perkhidmatan merupakan satu komponen penting kepada kepuasan pelanggan (Abu & Albattat, 2017). Justeru itu, lima dimensi SERVQUAL iaitu nyata (*tangible*), jaminan (*assurance*), responsif (*responsiveness*), kebolehpercayaan (*reliability*) dan empati (*empathy*) dilihat mampu untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan layanan dan tahap kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh pihak pengusaha *homestay* (Subagiyo, 2016). Pelaksanaan lima dimensi SERVQUAL akan memberi implikasi yang positif dalam meningkatkan tahap kepuasan pelanggan serta menambahbaik kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha *homestay*.

Oleh itu, pengusaha *homestay* yang menyediakan perkhidmatan dengan memberi penekanan berpandukan lima dimensi SERVQUAL berpeluang untuk meningkatkan imej perniagaan dan menarik lebih ramai pelanggan untuk menggunakan perkhidmatan yang ditawarkan. Ini kerana, penyediaan perkhidmatan yang berkualiti merupakan asas penting dalam perniagaan terutamanya yang berteraskan perkhidmatan dalam pelancongan seperti *homestay*. Pengusaha *homestay* yang memberikan kualiti perkhidmatan yang terbaik dan mengekalkannya dapat memenuhi kepuasan pelanggan akan mewujudkan kesetiaan di kalangan pelanggan sedia ada (Hidayat & Setiawardani, 2017).

Metodologi

Kajian ini menggunakan reka bentuk kajian jenis kuantitatif yang mengkaji perhubungan di antara lima dimensi model SERVQUAL dengan kepuasan pelanggan. Populasi kajian ialah penduduk tempatan yang terdiri daripada beberapa homestay di Hulu Selangor dan pelancong tempatan iaitu seramai 194 387 (Majlis Daerah Hulu Selangor, 2010). Berdasarkan Jadual Krecjie dan Morgan (1970), saiz sampel yang sesuai untuk kajian ini adalah seramai 384 orang. Pemilihan sampel secara rawak mudah telah digunakan kerana setiap individu memperoleh peluang yang sama untuk terpilih mewakili populasi.

Kajian ini memilih sebuah daerah di Malaysia iaitu Selangor sebagai kawasan kajian kerana pada tahun pada tahun 2019 negeri Selangor telah menerima kemasukan seramai 33.6 juta pelawat domestik dan mencatatkan jumlah yang tertinggi di Malaysia (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2020). Selangor merupakan kawasan pelancongan luar bandar yang mempunyai pelbagai tarikan seperti perkampungan tradisional dan tempat-tempat bersejarah (Ibrahim et al., 2017). Perkara ini dilihat sebagai peluang bagi penduduk tempatan untuk menjana pendapatan dengan mengusahakan *homestay* dan menarik lebih ramai pelancong ke negeri ini.

Instrumen yang digunakan dalam kajian ini ialah borang soal selidik dan telah diedarkan secara terus kepada pelanggan yang datang ke *homestay* di Hulu Selangor. Borang soal selidik yang dibina mengandungi 27 item yang terdiri daripada lima dimensi model SERVQUAL iaitu nyata (*tangible*), responsif (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kebolehpercayaan (*reliability*), dan empati (*empathy*). 4 item lagi yang memfokuskan kepada kepuasan pelanggan *homestay* keseluruhan. Setiap item yang terdapat dalam soal selidik ini dibangunkan berpandukan pada skala yang dicipta oleh Parasuraman et al. (2019) yang merupakan pengkaji berkaitan kualiti perkhidmatan firma dan organisasi. Borang soal selidik ini menggunakan skala Likert 5 mata iaitu (1) sangat tidak setuju hingga (5) sangat setuju. Seterusnya, borang soal selidik ini mempunyai tiga bahagian iaitu Bahagian A, Bahagian B dan Bahagian C. Bahagian A mengandungi enam item berkaitan demografik responden, Bahagian B pula menjurus pada lima dimensi model SERVQUAL dan Bahagian C ialah kepuasan pelanggan.

Lima dimensi model SERVQUAL yang dibina mempunyai konstruk dan bilangan item seperti berikut; nyata (6 item), responsif (6 item), kebolehpercayaan (5 item), jaminan (6 item) dan empati (5 item). Item-item yang dibina untuk membentuk instrumen telah diuji kesahannya melalui ujian Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett. Berdasarkan ujian KMO dan Bartlett yang dilaksanakan telah menghasilkan nilai seperti berikut; nyata (0.773), responsif (0.790), kebolehpercayaan (0.606), jaminan (0.677) dan empati (0.639). Kaedah ketekalan turut digunakan untuk mendapatkan pekali kebolehpercayaan iaitu Cronbach's Alpha (Abdullah & Wei, 2017). Ketekalan Cronbach's Alpha ke atas lima dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di *homestay* Hulu Selangor telah dikira dan menghasilkan nilai seperti berikut; nyata (0.748), responsif (0.795), kebolehpercayaan (0.800), jaminan (0.788), empati (0.742).

Dapatan Kajian

Demografi Responden

Kajian ini telah dilaksanakan ke atas 384 responden dan berdasarkan jadual dibawah menunjukkan profil demografi responden yang terlibat dalam kajian ini. Profil responden merangkumi jantina, umur, bangsa, status, pekerjaan, dan tujuan responden menginap di *homestay*.

Jadual 1: Demografi Responden

Profil Responden	Kekerapan	Peratusan
Jantina		
Lelaki	161	41.9
Perempuan	223	58.1
Umur		
Bawah 20	31	8.1
21-30	173	45.1
31-40	87	22.7
41-50	60	15.6
51-60	32	8.3
61 dan ke atas	1	0.3
Bangsa		
Melayu	345	89.8
Cina	25	6.5
India	14	3.6
Status		
Bujang	203	52.9
Berkahwin	165	43.0
Janda/Duda/Balu	16	4.2
Pekerjaan		
Kakitangan Kerajaan	87	22.7
Kakitangan Swasta	101	26.3
Bekerja Sendiri	89	23.2
Pesara	14	3.6
Pelajar	68	17.7
Tidak Bekerja	25	6.5
Tujuan		
Melancong	337	87.8
Lawatan	47	12.2

Sumber: Penyelidik (2020)

Jadual 1 menunjukkan sebanyak 41.9% responden lelaki telah menjawab soal selidik ini dan jumlah selebihnya adalah responden perempuan seramai 223 orang atau 58.1%. Majoriti responden juga terdiri daripada mereka yang berumur 21-30 tahun iaitu sebanyak 45.1%. Diikuti dengan responden berumur 31-40 tahun sebanyak 22.7%, responden yang berumur dalam lingkungan 41-50 tahun sebanyak 15.6%. Bagi responden berumur 51-60 tahun dan 20 tahun ke bawah masing-masing mencatatkan bilangan seramai 32 dan 31 orang. Manakala responden yang berumur 60 tahun keatas hanya mencatatkan 0.3% atau seorang sahaja. Responden yang berbangsa Melayu mencatatkan bilangan yang tertinggi iaitu sebanyak 89.8% dan diikuti dengan responden berbangsa Cina sebanyak 6.5% dan India berjumlah 3.6%. Seterusnya bagi responden yang berstatus bujang mencatatkan bilangan sebanyak 52.9% dan diikuti dengan responden yang telah berkahwin sebanyak 43% serta responden yang berstatus janda, duda atau balu hanya mencatatkan sebanyak 4.2%.

Seterusnya, bilangan responden yang merupakan kakitangan swasta mencatatkan bilangan tertinggi iaitu sebanyak 26.3% berbanding responden yang bekerja sendiri dan bekerja sebagai kakitangan kerajaan yang mencatatkan bilangan sebanyak 23.2% dan 22.7%. Manakala, responden yang terdiri daripada pelajar mencatatkan bilangan sebanyak 17.7, responden yang tidak bekerja mencatatkan bilangan sebanyak 6.5 % dan responden yang bersara mencatatkan bilangan terendah iaitu sebanyak 3.6%. Bagi tujuan responden menginap di *homestay* telah mencatatkan bilangan sebanyak 87.8% daripada mereka bertujuan untuk melancang dan selebihnya sebanyak 12.2% menggunakan perkhidmatan *homestay* dengan tujuan lawatan seperti membuat lawatan kerja.

Analisis Hubungan Dimensi Kualiti Perkhidmatan SERVQUAL Dengan Kepuasan Pelanggan Homestay

Untuk mengetahui hubungan dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL dengan kepuasan pelanggan *homestay* satu analisis korelasi telah dijalankan. Keputusan analisis korelasi dapat dilihat seperti berikut:

Jadual 2: Korelasi di antara lima dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL dan kepuasan pelanggan (n=384)

	Nyata	Responsif	Kebolehpercayaan	Jaminan	Empati
Nyata					
Responsif	.964				
Kebolehpercayaan	.987	.977			
Jaminan	.855	.842	.861		
Empati	.951	.909	.934	.806	
Kepuasan Pelanggan	.884**	.874**	.900**	.803**	.839**

Signifikan pada aras ** p < 0.001

Jadual 2 menunjukkan hubungan dimensi nyata, responsif, empati, jaminan dan kebolehpercayaan dengan kepuasan pelanggan *homestay*. Dapatan daripada kajian yang dilakukan mendapat kelima-lima dimensi kualiti perkhidmatan mempunyai hubungan yang kuat dan positif dengan kepuasan pelanggan *homestay*. Berdasarkan analisis yang dijalankan terdapat satu nilai korelasi yang tertinggi telah dicatatkan iaitu merujuk kepada dimensi kebolehpercayaan dan kepuasan pelanggan. Dimensi kebolehpercayaan dan kepuasan pelanggan memperoleh korelasi koefisien, $r (382) = 0.900$; $p < 0.001$.

Dimensi seterusnya yang turut mencatatkan hubungan kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan ialah dimensi nyata dan responsif. Dimensi nyata mempunyai nilai yang signifikan dengan korelasi koefisien, $r (382) = 0.884$; $p < 0.001$. Manakala dimensi responsif pula mencatatkan korelasi koefisien, $r (382) = 0.874$; $p < 0.001$. Dimensi empati turut mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan kerana memperoleh nilai korelasi koefisien, $r (382) = 0.839$; $p < 0.001$. Dimensi kelima iaitu jaminan juga mempunyai hubungan yang kuat dan positif dengan koreasi koefisien, $r (382) = 0.803$; $p < 0.001$.

Analisis Regresi

Kaedah regresi berganda digunakan untuk menentukan dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan *homestay*. Hasil daripada analisis regresi dapat dilihat seperti berikut:

Jadual 3: Analisis Regresi Berganda

	Koefisien Tak Standard	Koefisien Standard	t	Sig.
	B	Std. Error	β eta	
Constant	.344	.535	.643	.521
Nyata	-.190	.134	-.227	-1.423
Responsif	-.099	.088	-.117	-1.127
Kebolehpercayaan	.982	.154	1.113	6.393
Jaminan	.091	.035	.114	2.615
Empati	.025	.061	.029	.410

Pembolehubah bersandar: Kepuasan Pelanggan
R Square : 0.815
ANOVA F = 333.339, Sig .000

Jadual 3 menunjukkan keputusan analisis regresi yang telah dijalankan bagi mengkaji pengaruh lima dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL ke atas kepuasan pelanggan *homestay*. Analisis regresi berganda menunjukkan secara keseluruhan model regresi adalah signifikan, $F(5,378) = 333.339$, $p < .001$, dengan nilai $R^2 = .815$. Namun, hanya terdapat dua pembolehubah dimensi kualiti perkhidmatan iaitu dimensi kebolehpercayaan dan dimensi jaminan yang menunjukkan hubungan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis ini menepati bahawa keperluan pelanggan dipengaruhi oleh dimensi kebolehpercayaan ($b=0.982$, $t=6.393$, $p < .001$) dan dimensi jaminan ($b=0.091$, $t=2.615$, $p < .001$). Rumus regresi berganda bagi model ini adalah $Y=0.344 + 0.982x_1 + 0.091x_2$. Dimensi nyata, responsif dan empati tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Perbincangan

Dapatkan kajian ini telah menunjukkan bahawa lima dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL mempunyai hubungan yang signifikan, positif dan kuat terhadap kepuasan pelanggan *homestay*. Penyediaan perkhidmatan yang tepat dan sesuai mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mengenal pasti dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *homestay* dapat membantu pengusaha *homestay* untuk membuat penambahbaikan kualiti perkhidmatan dan mengekalkan imej perniagaan. Justeru itu, berdasarkan hasil dapatan mendapati dimensi kebolehpercayaan (*reliability*) dan jaminan (*assurance*) telah menghasilkan keputusan yang tertinggi dan menjadi faktor utama yang menyumbang kepada kepuasan pelanggan *homestay* pada kadar 81.5% iaitu $R^2 = .815$.

Berdasarkan hasil dapatan yang diperoleh mendapati dimensi kebolehpercayaan (*reliability*) menjadi dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan kerana pihak *homestay* menyediakan perkhidmatan yang serupa seperti yang telah diiklankan atau dinyatakan dalam laman web tempahan penginapan (David et al., 2019). Pelanggan juga berpuas hati dengan perkhidmatan yang diberikan apabila pekerja homestay sentiasa bersedia untuk menjawab segala pertanyaan pelanggan apabila diperlukan (Azwar et al., 2020).

Selain itu, dimensi lain yang turut mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan ialah dimensi jaminan (*assurance*). Dimensi jaminan (*assurance*) merujuk pada

keselesaan dan kepercayaan melalui perkhidmatan yang diberikan (Ismail et al., 2016). Memberikan perkhidmatan pada masa yang dijanjikan dan perkhidmatan yang diberikan adalah betul dari peringkat awal tanpa sebarang masalah turut mempengaruhi kepuasan kepuasan pelanggan (Larasati & Kusumah, 2019). Pemberian perkhidmatan yang tepat menjadi jaminan kepada pelanggan untuk menggunakan perkhidmatan *homestay* yang sama pada masa akan datang.

Hasil dapatan ini selari dengan Wahid et al., (2017) yang menyatakan bahawa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL. Pengusaha *homestay* perlu mementingkan penyediaan perkhidmatan yang dapat memberikan keselesaan dan pengalaman yang berharga kepada pelanggan (Wang et al., 2019). Oleh itu, untuk terus memenuhi kepuasan pelanggan maka pengusaha *homestay* hendaklah sentiasa peka akan keperluan dan masalah yang dialami pelanggan sepanjang penginapan di *homestay* (Asmelash & Kumar, 2019).

Secara keseluruhannya, pengusaha *homestay* yang memberikan perkhidmatan berkualiti dan layanan terbaik berupaya untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan (Loi et al., 2017). Pelanggan yang berpuas hati dengan kualiti perkhidmatan *homestay* akan memberikan maklum balas yang positif serta menggalakan lawatan ulangan daripada pelanggan (Tran & Le, 2020). Perkara ini memberi penekanan bahawa kepuasan pelanggan dipenuhi melalui penyediaan perkhidmatan yang berkualiti oleh pengusaha *homestay* (Desiyanti et al., 2018).

Kesimpulan

Kajian ini telah membincangkan dapatan dan perbincangan berdasarkan kajian yang telah dilaksanakan. Dapatan kajian telah menunjukkan bahawa terdapat perhubungan di antara lima dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL dengan kepuasan pelanggan *homestay*. Hubungan lima dimensi kualiti perkhidmatan SERVQUAL iaitu nyata (*tangible*), responsif (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kebolehpercayaan (*reliability*), dan empati (*empathy*) berada pada tahap yang tinggi. Dimensi kebolehpercayaan dan jaminan merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mengenal pasti dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat membantu pengusaha *homestay* untuk lebih memahami keperluan dan kehendak pelanggan. Pengusaha *homestay* dapat menambahbaik dan memperbaiki segala kekurangan semasa menyediakan perkhidmatan kepada pelanggan. Oleh itu, kajian ini dapat memberi pendedahan kepada pengusaha *homestay* untuk mengetahui akan kepentingan menjaga kualiti perkhidmatan yang dapat memberi kepuasan kepada setiap pelanggan di samping sebagai usaha untuk kekal menjadi perusahaan *homestay* yang berjaya.

Rujukan

- Abdullah, M. F. N. L., & Wei, L. T. (2017). Kesahan dan Kebolehpercayaan Instrumen Penilaian Kendiri Pembelajaran Geometri Tingkatan Satu. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 14(1), 211-265.
- Abror, A., Wardi, Y., Trinanda, O., & Patrisia, D. (2019). The Impact of Halal Tourism, Customer Engagement on Satisfaction: Moderating Effect of Religiosity. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 633-643.
- Abu Khalifeh, A.N., & Albattat, A.R. (2017, September). Using Structural Equation Modelling to Evaluate the Hotel Restaurants Service Quality Dimensions, Satisfaction and Customer's Loyalty. In *The 5th Tourism and Hospitality International Conference 2017* (Vol.27).

- Abu, N. H., Othman, A. A., Abidin, R., & Mansor, M. F. (2020). Keberkesanan Organisasi dalam Penyampaian Perkhidmatan: Penilaian Berdasarkan Paradigma Servqual dan Model Kano. *Journal of Business Management and Accounting*, 5, 123-139.
- Al-Laymoun, M., Alsardia, K., & Albattat, A. (2020). Service quality and tourist satisfaction at homestays. *Management Science Letters*, 10(1), 209-216
- Alaan, Y. (2016). Pengaruh service quality (tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance) terhadap customer satisfaction: Penelitian pada Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*. 15(2), 255-270
- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigrai, Ethiopia. *Heliyon*, 5(3), 1-31
- Azmi, N. I. M., & Hanafiah, M. G. (2018). Pelancongan budaya di Sungai Lembing. *Jurnal Wacana Sarjana*, 2(4), 1-10.
- Azwar, H., Yudistira, S., & Edmizal, E. (2020, August 25). Improving Local Community Knowledge and Skills in Homestay Management. In *1st Progress in Social Science, Humanities and Education Research Symposium (PSSHERS 2019)*
- Bachok, S., Hasbullah, H., & Ab Rahman, S. A. (2018). Homestay operation under the purview of the ministry of tourism and culture of Malaysia: The case of Kelantan homestay operators. *Planning Malaysia*, 16(2), 175-185.
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9), 1-17
- Bokhari, N., Razzaq, A. R. A., Soh, N. Z. N., & Baser, J. A. (2018). Competency level of homestay operators in Malaysia: A literature review. *Advanced Science Letters*, 24(4), 2778-2781.
- Danmei, Z. (2019). Research on Online Commentary Characteristics of Xitang Homestay Based on Network Text Analysis. *Frontiers in Management Research*, 3(4), 157-164
- Desiyanti, N. L., Sudja, I. N. & Martini, L. K. B. (2018). Effect of service quality on customer satisfaction, customer delight and customer loyalty (study on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh). *International Journal of Contemporary Research and Review*, 9(3), 20660-20668
- David, A., Sudhahar, J. C., & Linijah, M. P. (2019). An empirical investigation on digital strategies adopted by homestays in Ernakulam District, Kerala. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 10(2), 890-898.
- Gan, S. W., Inversini, A., & Rega, I. (2018). Tourism, development and digital technologies: Insights from Malaysian homestays. *Information and Communication Technologies in Tourism 2018*, 52-63
- Gogoi, D., & Jyoti, B. (2020). Service quality measures: How it impacts customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Management (IJM)*, 11(3), 354-365
- Hayati, N., & Novitasari, D. (2017). An analysis of tourism service quality toward customer satisfaction (study on tourists in Indonesia travel destinations to Bali. *International Journal of Marketing and Human Resource Management*, 8(2), 9-20.
- Hidayat, R. S. N. C., & Setiawardani, M. (2017). Service Quality dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(2), 13-23.
- Ibrahim, I., Zakariya, K., & Wahab, N. A. (2017, November 8-9). *Satellite Image Analysis along the Kuala Selangor to Sabak Bernam Rural Tourism Routes*. Conference Series: Earth and Environmental Science, Shah Alam, Selangor, Malaysia

- Ismail, M. N. I., Hanafiah, M. H., Aminuddin, N., & Mustafa, N. (2016). Community-based homestay service quality, visitor satisfaction, and behavioral intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 398-405.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2020). Survei Pelancongan Domestik 2019 Mengikut Negeri. Retrieved December 2, 2020, from https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemeByCat&cat=472&bul_id=UVZoQXZWUmhUaGxadW95RWdBL2QxZz09 &menu_id=b0pIV1E3RW40VWRTUkZocEhyZ1pLUT09
- Jin, S. T. T., Ling, T. C., & Fern, Y. S. (2016). What are the attractiveness aspects that influence customer loyalty to homestays? A study in Taiwan. *Jurnal Pengurusan*, 16(48), 201-218.
- Johari, S. I., & Mohd Anuar, N. A. (2020). Appraising the role of memorable tourism experience between the relationship of destination image and Melaka domestic tourists' revisit intention. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts (JTHCA)*, 12(1), 1-22.
- Karki, K., Chhetri, B. B. K., Chaudhary, B., & Khanal, G. (2019). Assessment of socio-economic and environmental outcomes of the homestay program at Amaltari village of Nawalparasi, Nepal. *Journal of Forest and Natural Resource Management*, 1(1), 77-87.
- Kementerian Pelancongan Malaysia. (2015). Program Pengalaman Homestay Malaysia. Retrieved November 5, 2020, from <http://www.motac.gov.my/program/pelancongan/homestay-kampungstay>
- Kim, B., Kim, S., & Heo, C. Y. (2019). Consequences of customer dissatisfaction in upscale and budget hotels: Focusing on dissatisfied customers' attitude toward a hotel. *International journal of hospitality & tourism administration*, 20(1), 15-46.
- Kleisari, L., & Markaki, E. N. (2019). The impact of the perceived service quality on revisit intention in the tourism industry: A conceptual framework of strategic approach and analysis. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 5(3), 30-40.
- Krejcie, R. V. (2014). dan Morgan, DW (1970). *Determining Sample Size for Research. Educational*.
- Kuhzady, S., & Ghasemi, V. (2019). Factors influencing customers' satisfaction and dissatisfaction with hotels: A text-mining approach. *Tourism Analysis*, 24(1), 69-79.
- Lahap, J., Ramli, N. S., Said, N. M., Radzi, S. M., & Zain, R. A. (2016). A study of brand image towards customer's satisfaction in the Malaysian hotel industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224(2016), 149-157.
- Larasati, A. R., & Kusumah, A. G. (2019, June). Interaction Between Homestay Host with Tourist. In *3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018)*
- Loi, L. T. I., So, A. S. I., Lo, I. S., & Fong, L. H. N. (2017). Does the quality of tourist shuttles influence revisit intention through destination image and satisfaction? The case of Macao. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 115-123.
- Majlis Daerah Hulu Selangor. (2010). Retrieved November 1, 2020, from <https://www.mdhs.gov.my/ms/mdhs/sumber/statistik/page/0/2>
- Makiya, K. R., Ahmad, H., Jusoh, H., & Choy, E. A. (2016). Kepuasan pelancong terhadap layanan selamat datang ke homestay Urang Jawa Barat. *Journal Of Social Sciences and Humanities*, 13(3), 37-48.
- Masruroh, N., & Rahmaningtyas, W. (2020). Penggunaan Model Servqual untuk Menyelisik Kualitas Pelayanan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 666-678.

- Masrurul, M. M. (2019). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Bangladesh Tourism Industry: An Empirical Study. *Advances In Management*, 12(1), 136-140.
- Mathachan, S. (2018). Influence of Unregistered Homestay Establishments on Tourism in Coorg. *Atna Journal of Tourism Studies*, 13(1), 47-58.
- Mohamed, Z., Afandi, S. H. M., Ramachandran, S., Shuib, A., & Kunasekaran, P. (2018). Adventure tourism in Kampar, Malaysia: Profile and visit characteristics of domestic visitors. *International Journal of Business & Society*, 19, 175-185.
- Mustika, A., & Habibie, F. H. (2016, November). *Homestay Management Programmes in the Area of New Tourism Destination in Petak Village, Pacet*. In International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (ICTGTD 2016).
- Mutalib, S. S. A., Razzaq, A. R. A., & Hasan, A. (2019). Building human relationship toward enhancing service delivery effectiveness among homestay operators in Malaysia. *Journal of Technical Education and Training*, 11(1), 137-142.
- Ngo, V. M., & Nguyen, H. H. (2016). The relationship between service quality, customer satisfaction and customer loyalty: An investigation in Vietnamese retail banking sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103-116.
- Nor, S. M., & Awang, K. W. (2018). The rise of the sharing economy: Will it affect ministry of tourism and culture homestay sustainability in Selangor, Malaysia. *International Journal of Accounting*, 3(11), 58-71.
- Patyal, V. S., & Koilakuntla, M. (2017). The impact of quality management practices on performance: an empirical study. *Benchmarking:An International Journal*, 24(2), 511-535
- Polus, R. C., & Bidder, C. (2016). Volunteer tourists' motivation and satisfaction: A case of Batu Puteh village Kinabatangan Borneo. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 224, 308-316.
- Poornima G. (2019). A Study on Service Quality of Mahindra Vehicles with Special Reference to Coimbatore City. *Journal of the Gujerat Research Society*, 21(2), 62-76.
- Putri, E. N., Iqbal, M., & Sanawiri, B. (2018). Persepsi komunitas pengguna airbnb padap value proposition airbnb (Studi Pada Komunitas Pengguna Airbnb di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 58-65.
- Rabu, M. M., Tawil, N. M., Ramlee, S., & Ahmad, H. (2016). Menerokai rumah Melayu melalui pelancongan program pengalaman homestay. *Journal of Design+ Built*, 9, 29-32.
- Rahbaripour, K., Salek, R., Pazhoohan, M. & Ghasemzadeh. (2018). Evalution of museum service quality from tourist perspective and its impact on their satisfaction and behavioral consequences, case study: Qajar museum and the constitution house of tabriz. *Journal ARMANSHAH*, 23, 41-52.
- Ramli, M. A. M., Nasir, M. A., & Adenan, H. (2017). Kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan homestay di Melaka: Kajian kes di homestay Seri Tanjung. *Journal of Hospitality and Networks*, 1(1), 81-90.
- Saidi, Z. A., Ahmad, H., & Jusoh, H. (2020). Pelancongan Bandar Diraja: Satu Pola Kunjungan Pelancong Domestik di Kuala Kangsar. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(1), 15-31.
- Saumi, M. F., & Zolkepli, I. A. (2017). Kelestarian Kualiti Perkhidmatan Ekopelancongan: Aplikasi Model Analisa 'Gap' Bagi Memahami Kepuasan Pelancong Zoo Malaysia. *Jurnal Pengurusan*, 49, 141-154.
- Sawatsuk, B., Darmawijaya, I. G., Ratchusanti, S., & Phaokrueng, A. (2018). Factors determining the sustainable success of community-based tourism: Evidence of good

- corporate governance of Mae Kam Pong Homestay, Thailand. *International Journal of Business and Economic Affairs*, 3(1), 13-20.
- Sebastia, L., & Marzal, E. (2020). Extensions of the Tourist Travel Design Problem for different travel styles. *Procedia Computer Science*, 176, 339-348.
- Solimun, S., & Fernandes, A. A. R. (2018). The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty. *Journal of Management Development*, 37(1), 76-87.
- Subagiyo, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah (Customer Satisfaction) di PT. BPRS Mitra Mandiri Sukses di Gresik. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 1(1)
- Suffarruddin, S. H., & Rahman, M. J. S. (2017, November 29). *Inovasi Produk dalam Program Homestay: Kajian Kes di Homestay Kampung Desa Keda*. In Social Sciences Postgraduate International Seminar (SSPIS) Bukit Jambul, Pulau Pinang, Malaysia
- Tefera, Orthodox., & Govender, Krishna. (2017). Service quality, customer satisfaction and loyalty: The perceptions of Ethiopian hotel guests. *Journal of hospitality, tourism and leisure*, 6(2), 1-22.
- Tran, V. D., & LE, N. M. T. (2020). Impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and behavioral intentions: evidence from convenience stores in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(9), 517-526.
- Wahid, S. N. S., Dangi, M. R. M., Jabar, F., Muhamed, M. F. A. A., & Paino, H. (2017). Effect of Tangibility and Reliability Service Quality towards Homestay Customer Satisfaction. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 2(5), 44-53.
- Wahyuni, R. B., & Faisal, F. P. (2019, December). *Homestay Development With Asean Homestay Standard Approach In Nglanggeran Tourism Village, Yogyakarta, Indonesia*. In 1st International Conference One Belt, One Road, One Tourism (ICOBOROT 2018).
- Wang, L., Hu, M., Guo, Z., Sun, P., Geng, F., & Voon, B. (2019). China tourists' experiences with longhouse homestays in Sarawak. *International Journal of Service Management and Sustainability*, 4(2), 25-50.
- Wei, N. (2019). Exploration on the Characteristic Development of Residence in the Context of Integration of Culture and Tourism. 2019 *International Conference on Emerging Researches in Management, Business, Finance and Economics (ERMBFE 2019)*
- Yasami, M., Awang, K., & Teoh, K. (2017). Homestay Tourism: From the Distant Past up to Present. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(2), 1251-1268.
- Zaid, D. S., & Sudarmo, E. S. N. N. (2019). Kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan inap desa di Melaka. *Jurnal ILMI*, 8(1), 1-14.
- Zou, L., & Gui, W. (2020). Simulation and prediction of geologic hazards and the impacts on homestay buildings in scenery spots through BIM. *Plos one*, 15(9), e0238864.