

KERANGKA AMALAN TERBAIK PENYAMPAIAN
PERKHIDMATAN PELANGGAN DALAM KALANGAN
PENGUSAHA HOMESTAY DI MALAYSIA

SITI SALWA BINTI ABDUL MUTALIB

UNIVERSITI TUN HUSSEIN ONN MALAYSIA

UNIVERSITI TUN HUSSEIN ONN MALAYSIA

PENGESAHAN STATUS TESIS
IJAZAH DOKTOR FALSAFAH

KERANGKA AMALAN TERBAIK PENYAMPAIAN PERKHIDMATAN
PELANGGAN DALAM KALANGAN PENGUSAHA HOMESTAY DI
MALAYSIA

SESI PENGAJIAN : 2021/2022

Saya **SITI SALWA BINTI ABDUL MUTALIB** mengaku membenarkan tesis ini disimpan di Perpustakaan dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis adalah hak milik Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
2. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pertukaran pengajian di antara institusi pengajian tinggi.
4. Perpustakaan dibenarkan menyediakan akses teks penuh salinan digital melalui internet oleh Universiti Tun Hussein Onn Malaysia dalam format yang boleh dimuat turun dengan syarat Tesis tidak tertakluk kepada sekatan. Sekiranya embargo dilaksanakan, salinan digital hanya akan disediakan seperti yang dinyatakan di atas sebaik sahaja embargo tamat tempoh.
5. ** Sila tandakan (✓)

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh organisasi/ badan di mana penyelidikan dijalankan)

EMBARGO

_____ hingga _____
(tarikh) (tarikh)

TIDAK TERHAD

Disahkan oleh,



(TANDATANGAN PENULIS)

Alamat Tetap:

44, BATU 5, ALOR SENJAYA, TITI GAJAH
06550 ALOR SETAR, KEDAH

Tarikh: 26 Januari 2022



(TANDATANGAN PENYELIA)

PM. Ts. DR. ABDUL RASID
ABDUL RAZZAQ

Tarikh: 28 Januari 2022

CATATAN: ** Jika tesis ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/ organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD

Tesis ini telah diperiksa pada tarikh 11 Oktober 2021 dan didapati memadai dari segi skop dan kualiti untuk tujuan penganugerahan Ijazah Doktor Falsafah

Pengerusi:

PROF. MADYA DR. AHMAD RIZAL BIN MADAR
Fakulti Pendidikan Teknikal & Vokasional,
Universiti Tun Hussein Onn Malaysia

Pemeriksa:

PROF. DR. SALLEHUDDIN BIN MOHD ZAHARI
Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan,
Universiti Teknologi Mara.

PROF. MADYA DR. ASRI BIN SELAMAT
Fakulti Pendidikan Teknikal & Vokasional,
Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.



PTTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUNKU TUN AMINAH

KERANGKA AMALAN TERBAIK PENYAMPAIAN PERKHIDMATAN
PELANGGAN DALAM KALANGAN PENGUSAHA HOMESTAY DI
MALAYSIA

SITI SALWA BINTI ABDUL MUTALIB

Tesis ini dikemukakan sebagai memenuhi syarat penganugerahan
Ijazah Doktor Falsafah

Fakulti Pendidikan Teknikal dan Vokasional
Universiti Tun Hussein Onn Malaysia

JANUARI 2022

Saya akui laporan projek ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya

Pelajar :

SITI SALWA BINTI ABDUL MUTALIB

Tarikh : 26 Januari 2022

Penyelia :

PM. Ts. DR. ABDUL RASID BIN
ABDUL RAZZAQ

Penyelia Bersama :

PM. Ts. DR. AZMAN BIN HASAN



PTTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUNJUN AMINAH

DEKLARASI

Buat Suami,

Mohd Nur Shukri Mohd Jamri

Terima kasih kerana sentiasa memberi restu, dan memahami tugas saya sebagai seorang isteri dan pelajar.

Untuk Abah & Mak.

Abdul Mutalib Awang & Solihah Wahab

Kejayaan ini adalah berkat doa restu abah dan mak. Nasihat serta bantuan yang tidak henti-henti.

Keseluruhan Keluarga Mertua

Al-Marhum Mohd Jamri Md Lela & Ramlah Dolah

Nur Im Isyura Mohd Jamri & Suami, Mohd Nur Zikri Mohd Jamri & Isteri

Terima kasih kerana sentiasa memahami keperluan masa, dan keterbatasan saya sebagai menantu, biras dan ipar dalam memenuhi tanggungjawab sebagai pelajar. Terima kasih juga kerana selalu memberi sokongan dari segi kewangan dan semangat.

Adik-Adik & Ipar-Ipar

Mohamad Jamaludin Abdul Mutalib & Isteri, Siti Hajar Abdul Mutalib & Suami

Terima kasih kerana sentiasa menyokong serta memberi pertolongan dari segi kewangan serta tenaga memudahkan urusan harian.

Ibu & Bapa Saudara

Terima kasih kerana memberi bantuan kewangan ketika saya memerlukan bantuan serta tidak putus-putus memberi semangat.

Sahabat-Sahabat Se-PhDku:

Dr. Nur Hidayah Binti Hamdan

Dr. Junita Binti Sulaiman

Dr. Anies Faziehan Binti Zakaria

Dr. Zuraida Binti Ibrahim

Dr. Syamhanim Binti Ismail

Dr. Shanti Saien

Dr. Nur Farha Bt Hasan

Dr. Amanina Binti Muhamad Sanusi

Dr. Noor Mala Othman

Nor Zella Binti Bokhari

Nor Raidah Syahirah

Nurul Hariza Binti Hamid

Nurshaidah Mohamad Sari

Adib Farhan Bin Zaime

Terima kasih kerana selalu mendengar keluh kesahku, tunjuk ajar dalam pelajaran, berkongsi saat suka duka, memberi semangat untuk terus melangkah ke depan.

~Tangan dan bahu yang kalian hulurkan tidak akan dapat aku lupakan~

PENGHARGAAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan sekalian alam kerana dengan limpah kurnia Nya kajian ini dapat diselesaikan dengan jayanya. Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, kerana diberikan kesihatan yang baik, masa yang mencukupi, dan krisis kewangan yang tidak terlalu membebankan dalam usaha menyiapkan kajian ini. Rasa syukur yang tidak terhingga juga kerana diberi peluang menyambung pengajian di bawah tajaan daripada Kementerian Pendidikan Malaysia di saat negara mengalami krisis kewangan yang meruncing.

Penghargaan yang paling utama ditujukan khas buat Yang Berbahagia PM. Ts. Dr. Abdul Rasid Abdul Razzaq selaku penyelia utama kepada kajian ini. Beliau adalah insan yang banyak memberikan bimbingan, tunjuk ajar serta sentiasa memberi semangat sehingga penulisan ini dapat dihasilkan dengan sempurna. Tidak dilupakan juga kepada Yang Berusaha PM. Ts. Dr. Azman Bin Hasan, selaku penyelia bersama yang banyak membantu, meninjau kefahaman dan penilaian bersama, memberi juga dorongan dalam menyiapkan kajian ini. Sekalung penghargaan kepada pensyarah di UTHM, UiTM, UUM, pengusaha-pengusaha homestay, Pegawai Perkhidmatan Pelanggan serta pegawai di Jabatan Pelancongan Seni dan Budaya, Malaysia yang terlibat secara langsung atau tidak langsung.

Setinggi penghargaan kepada sahabat seperjuangan serta Kelab Pasca Siswazah (KEPSIS) di bawah Fakulti Pendidikan Teknikal dan Vokasional kerana telah menganjurkan pelbagai kursus-kursus ilmiah yang berkaitan dengan teknik, kaedah, panduan penulisan dan lain-lain dalam menyiapkan kajian jenis sains sosial ini dengan kos yuran yang sangat murah. Akhir sekali, terima kasih tidak terhingga kepada pihak pengurusan fakulti yang menjalankan tugas-tugas administrasi dengan baik berkaitan surat-surat rasmi serta borang-borang yang diperlukan untuk keperluan pengajian saya. Jasa anda semua sangat saya hargai.

ABSTRACT

The Homestay program is one of the tourism forms that plays important role in bridging the economic gap, especially in rural communities. Most homestays in Malaysia are categorized as uncompetitive which are at a weak or moderate level. This is due, a reducing number of visitors staying at the homestays in several states. One of the problems identified is related to poor customer service that leads to customer dissatisfaction. Most studies have emphasized service quality, however, there are still limited studies on the aspect of customer service delivery homestays in Malaysia. Therefore, this study is aimed to develop a framework of customer service delivery best practices among homestay operators in Malaysia. The design of this research is mixed exploratory, which is a combination of qualitative and quantitative approaches. A total of nine experts were involved in this study and a thematic analysis was used to analyze the data. Furthermore, document analysis was conducted for data consolidation and subsequently implemented an expert agreement process. Then, a questionnaire was distributed to all the homestay operators in Malaysia to determine the suitability of the proposed domains and elements. All the responses were collected and analyzed using Principal Component Analysis (PCA) to determine the unidimensionality of the suggested domains and elements. This study found four important domains (customer relationship, skills, knowledge, attitude) and 18 derived elements that are unidimensional which are acceptable for the framework. The developed framework can be used as self-improvement guidelines for homestay operators and a reference for the development of training for homestay operators in Malaysia.



PERPUSTAKAAN TUN HUSSEIN ONN
UNIVERSITI TUN HUSSEIN ONN MALAYSIA

ABSTRAK

Program Homestay merupakan salah satu bentuk pelancongan alternatif yang berperanan dalam merapatkan jurang ekonomi terutamanya di dalam komuniti luar bandar. Kebanyakan homestay di Malaysia dikategorikan sebagai tidak berdaya saing yang berada ditahap lemah atau sederhana. Ini dibuktikan dengan kejatuhan kadar pelancong asing dan domestik yang menginap di homestay dalam beberapa buah negeri. Antara masalah yang dikenalpasti adalah berkaitan dengan ketidakpuasan hati pelanggan dari aspek perkhidmatan pelanggan. Kebanyakan kajian menekankan aspek kualiti perkhidmatan namun masih kurang kajian dalam homestay di Malaysia yang menekankan aspek penyampaian perkhidmatan pelanggan. Oleh itu kajian ini bertujuan untuk membina kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia. Reka bentuk penerokaan bercampur kajian ini melibatkan gabungan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Sembilan responden yang terdiri daripada pakar-pakar bidang ditemubual dan analisis tematik digunakan untuk menganalisis tema-tema kajian. Kajian ini juga menggunakan analisis dokumen untuk pengukuhan data dan seterusnya melaksanakan proses kesepakatan pakar. Setelah itu, kajian ke atas semua pengusaha homestay yang berdaya saing di Malaysia dilakukan melalui edaran borang soal selidik untuk melihat kesesuaian domain dan elemen. Data kajian tinjauan daripada borang soal selidik dianalisis menggunakan *Principal Component Analysis* (PCA) untuk menguji serta mengesahkan domain dan elemen yang diperolehi. Hasil kajian mendapati terdapat 4 domain (hubungan pelanggan, kemahiran, pengetahuan, sikap) dan 18 elemen diperolehi yang bersifat unidimensi dan menyokong pembangunan kerangka yang telah dibina. Kerangka yang dibina dapat dijadikan sebagai panduan peningkatan sendiri yang terbaik dari semasa kesemasa kepada pengusaha homestay dan menjadi satu panduan kepada pihak berwajib sebagai penanda aras untuk pembangunan latihan kepada pengusaha homestay di Malaysia.

ISI KANDUNGAN

	PENGAKUAN	ii
	DEKLARASI	iii
	PENGHARGAAN	iv
	ABSTRACT	v
	ABSTRAK	vi
	ISI KANDUNGAN	vii
	SENARAI JADUAL	xiii
	SENARAI RAJAH	xvi
	SENARAI SIMBOL DAN SINGKATAN	xvii
	SENARAI LAMPIRAN	xviii
BAB 19	PENDAHULUAN	
	1.1 Pendahuluan	1
	1.2 Latar Belakang Masalah	2
	1.3 Penyataan Masalah	9
	1.4 Objektif Kajian	10
	1.5 Persoalan Kajian	11
	1.6 Kepentingan Kajian	11
	1.7 Skop Kajian	13
	1.8 Limitasi Kajian	14
	1.9 Kerangka Konsep Kajian	14
	1.10 Definisi Istilah dan Operational	17
	1.10.1 Kerangka	17
	1.10.2 Amalan Terbaik	18



1.10.3	Penyampaian Perkhidmatan Pelanggan	18
1.10.4	Homestay di Malaysia	19

BAB 2 KAJIAN LITERATUR

2.1	Pendahuluan	20
2.2	Homestay Malaysia	20
2.3	Perkhidmatan Pelanggan	27
2.4	Kualiti Perkhidmatan	30
2.5	Penyampaian Perkhidmatan	35
2.6	Teori dan Model Perkhidmatan Pelanggan	41

BAB 3 METADOLOGI

3.1	Pendahuluan	60
3.2	Rekabentuk Kajian	60
3.3	Kerangka Operasi Kajian	63
3.3.1	Penjelasan Fasa Satu (Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif)	63
3.3.2	Penjelasan Fasa Dua (Pengesahan Kerangka)	64
3.4	Pendekatan Kualitatif	66
3.4.1	Populasi dan Sampel Kajian	66
3.4.2	Peserta Kajian Temubual	66
3.4.3	Instrumen Kajian	68
3.4.3.1	Temubual	68
3.4.3.2	Dokumen Analisis	70
3.5	Kesahan dan Kebolehpercayaan	70
3.5.1	Protokol Temubual Separa Berstruktur	71
3.5.2	Rintis	71
3.5.3	Pengesahan Data Transkrip	72
3.5.4	Pengesahan Pakar Fleiss Kappa	72
3.6	Pengumpulan Data	74
3.6.1	Pengumpulan Data Fasa Pertama	74
3.6.2	Data Analisis	75
3.6.2.1	Membiasakan Diri Dengan Data	75
3.6.2.2	Menjana Kod-Kod Pertama	76



3.6.2.3	Mencari Tema-Tema	76
3.6.2.4	Menyemak Semula Tema	76
3.6.2.5	Mendefinisikan Tema	77
3.6.2.6	Menulis Laporan	77
3.7	Pendekatan Kuantitatif	78
3.7.1	Populasi dan Sampel Kajian	78
3.7.2	Responden Borang Kaji Selidik	79
3.7.3	Instrumen Kajian	80
3.7.3.1	Soalan Kaji Selidik	81
3.7.4	Kesahan dan Kebolehpercayaan	82
3.7.4.1	Kesahan Kandungan, Muka dan Bahasa	82
3.7.4.2	Kajian Rintis	84
3.7.4.3	Ringkasan Jumlah Item yang Digugurkan Atau Dikekalkan	90
3.8	Pengumpulan Data	91
3.9	Analisis Data	91
3.9.1	<i>Principal Component Analysis (PCA)</i>	92
3.10	Ringkasan Perancangan Prosedur dan Analisis Kajian	93

BAB 4 DAPATAN ANALISIS

4.1	Pendahuluan	95
4.2	Dapatan Kajian Persoalan Kajian 1 dan 2: Analisis Data Fasa Pertama (Kualitatif)	96
4.2.1	Analisa Data Temubual	96
4.2.1.1	Membiasakan Diri Dengan Data	97
4.2.1.2	Membina Kod-Kod Awal	97
4.2.1.3	Mengenalpasti Tema-Tema	97
4.2.1.4	Menyemak Semula Tema	103
4.2.1.5	Mendefinisikan Tema	104
4.2.1.6	Menulis Laporan	106
4.2.2	Melaporkan Analisis Tematik	106
4.2.2.1	Hubungan Pelanggan	107
4.2.2.2	Kemahiran	112

4.2.2.3	Pengetahuan	117
4.2.2.4	Sikap	120
4.2.3	Hasil Dapatan Analisis Dokumen	122
4.2.4	Pengesahan Pakar <i>Fleiss Kappa</i>	122
4.2.4.1	Persetujuan Pakar Melalui Nilai Pekali <i>Fleiss Kappa</i> (k)	123
4.3	Analisis Data Fasa Ke-dua (Kuantitatif)	127
4.3.1	Analisis Demografi	127
4.3.2	Dapatan Kajian Bagi Persoalan Kajian 3: Kesesuaian Domain dan Elemen-Elemen Amalan Terbaik Perkhidmatan Pelanggan dalam Kalangan Pengusaha Homestay di Malaysia.	130
4.3.3	Dapatan Kajian Bagi Persoalan Kajian 4: Analisis Komponen Utama – Pengesahan Domain dan Elemen	132
4.3.3.1	Point Measure Correlation (<i>PTMEA-CORR</i>)	132
4.3.3.2	Kesesuaian Item (<i>Outfit-MNSQ</i>)	135
4.3.3.3	Nilai Korelasi Residual Terpiawai	139
4.3.4	Dapatan Kajian Bagi Persoalan Kajian 5: Dimensi Dalam Analisis <i>Principle</i> <i>Component Analysis</i> (PCA)	141

BAB 5 RUMUSAN, PERBINCANGAN DAN CADANGAN

5.1.	Pendahuluan	144
5.2.	Rumusan dan Perbincangan Persoalan 1: Hasil Penerokaan Domain Penyampaian Perkhidmatan Pelanggan	144
5.2.1.	Domain Hubungan Pelanggan	145
5.2.2.	Domain Kemahiran	147
5.2.3.	Domain Pengetahuan	148
5.2.4.	Domain Sikap	149
5.3.	Rumusan dan Perbincangan Persoalan 2: Hasil Penerokaan Elemen Penyampaian Perkhidmatan	151

Pelanggan	
5.3.1. Elemen Pembinaan Hubungan (<i>Rapport</i>)	152
5.3.2. Elemen Responsif	154
5.3.3. Elemen Kebolehpercayaan	157
5.3.4. Elemen Jaminan Kualiti	159
5.3.5. Elemen Empati	162
5.3.6. Elemen Pendedahan Budaya	164
5.3.7. Elemen Hubungan Selepas Perkhidmatan	165
5.3.8. Elemen Komunikasi	167
5.3.9. Elemen Rundingan	170
5.3.10. Elemen Kerja Berpasukan	172
5.3.11. Elemen <i>Housekeeping</i>	174
5.3.12. Elemen Kecerdasan Emosi	176
5.3.13. Elemen Penyajian Makanan	178
5.3.14. Elemen Pengetahuan Asas Pengusaha	180
5.3.15. Elemen Panduan Kementerian / Kerajaan	182
5.3.16. Elemen Maklumat Daripada Rekod	184
5.3.17. Elemen Sikap <i>Affective</i>	187
5.3.18. Elemen Sikap <i>Cognitive</i>	189
5.4. Rumusan dan Perbincangan Persoalan 3: Kesesuaian Domain dan Elemen bagi Kerangka Penyampaian Perkhidmatan Pelanggan dalam Kalangan Pengusaha Homestay di Malaysia	191
5.5. Rumusan dan Perbincangan Persoalan 4 dan 5: Kerangka Akhir Amalan Terbaik Penyampaian Perkhidmatan Pelanggan Dalam Kalangan Pengusaha Homestay di Malaysia	198
5.6. Implikasi Sumbangan Kajian	205
5.6.1. Akademik	206
5.6.2. Pengusaha	206
5.6.3. Pihak Kementerian dan Jabatan Pelancongan Seni dan Budaya Malaysia	207
5.6.4. Pihak Tenaga Pengajar Institut Kemajuan Desa (INFRA)	207



	XII
5.7. Cadangan Kajian Lanjutan	208
5.8. Kesimpulan	209
RUJUKAN	215
LAMPIRAN	249
VITA	296



SENARAI JADUAL

1.1	Jumlah Pelancong Domestik dan Pelancong Asing Menginap Di Homestay 2014 - 2018	4
2.1	Jumlah Peruntukan Dana Pembangunan Pelancongan yang Telah Dibentangkan.	21
2.2	Perbezaan Kriteria Kualiti Penyampaian Perkhidmatan dari Segi Objektif dan Subjektif Nyata	38
3.1	Kerangka Bahagian-Bahagian Dalam Set Protocol Temubual	69
3.2	Skala Persetujuan Pekali	73
3.3	Statistik 20 Pengusaha Homestay Berdaya-saing di Malaysia	79
3.4	Bahagian-Bahagian Di Dalam Soalan Kaji Selidik	82
3.5	Tahap Kebolehpercayaan Nilai <i>Alpha Cronbach</i> (α)	86
3.6	Nilai Korelasi dan Pengasingan Responden Bagi Keseluruhan Konstruk Instrumen	86
3.7	Hasil Dapatan Nilai <i>Point Measure Correlation</i>	87
3.8	Hasil Dapatan Nilai Kesesuaian Item	88
3.9	Korelasi Residual Terpiawai yang Terbesar	89
3.10	Ringkasan Item yang Digugurkan dan Dikekalkan.	90
3.11	Rumusan Perancangan Prosedur dan Analisis Kajian	94
4.1	Kandungan Kod-Kod Awal Bagi Setiap Tema Kajian	98
4.2	Senarai Kod, Tema/ Elemen dan Kategori Setelah Dimurnikan	99
4.3	Kod, Tema and Kategori Setelah Semakan Semula	104

4.4	Ringkasan Analisis Tematik untuk Membina Hubungan (<i>Rapport</i>)	107
4.5	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Responsif.	108
4.6	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Kebolehpercayaan.	109
4.7	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Jaminan.	110
4.8	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Empati.	110
4.9	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Perkongsian Budaya.	111
4.10	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Hubungan Selepas Perkhidmatan.	112
4.11	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Kemahiran Komunikasi.	113
4.12	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Kemahiran Rundingan.	114
4.13	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Kemahiran Kerja Berkumpulan.	114
4.14	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Kemahiran Kecerdasan Emosi.	115
4.15	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Kemahiran Memasak & Penyajian Makanan	116
4.16	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Kemahiran <i>Housekeeping</i> .	117
4.17	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Pengetahuan Asas	118
4.18	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Panduan dari Kementerian/ Kerajaan.	119
4.19	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen Maklumat daripada Rekod.	121
4.20	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen <i>Affective</i> .	122
4.21	Ringkasan Analisis Tematik untuk Elemen	123



	<i>Cognitive.</i>	
4.22	Nilai Pekali Persetujuan Pakar <i>Fleiss Kappa</i> (κ) Bagi Domain Hubungan Manusia	123
4.23	Nilai Pekali Persetujuan Pakar <i>Fleiss Kappa</i> (κ) Bagi Domain Kemahiran	125
4.24	Nilai Pekali Persetujuan Pakar <i>Fleiss Kappa</i> (κ) Bagi Domain Pengetahuan	126
4.25	Nilai Pekali Persetujuan Pakar <i>Fleiss Kappa</i> (κ) Bagi Domain Sikap	127
4.26	Taburan Kekerapan dan Peratusan Jawatan	128
4.27	Taburan Kekerapan dan Peratusan Negeri.	129
4.28	Taburan Kekerapan dan Peratusan Pengalaman.	129
4.29	Skala Tahap Persetujuan Levin dan Rubin (2000)	130
4.30	Skor Min Bagi Semua Domain Kajian	130
4.31	Skor Min Bagi Semua Elemen-Elemen yang di Kaji	131
4.32	Semakan Hasil <i>PTMEA CORR</i> Keseluruhan Kajian	132
4.33	Item Yang Tidak Menepati Julat <i>Outfit-MNSQ</i>	135
4.34	Semakan Hasil <i>Outfit-MNSQ</i> Keseluruhan Kajian	136
4.35	Semakan Hasil Korelasi Residual Terpiawai Keseluruhan Kajian	139
4.36	Analisis Komponen Utama Bagi Domain Hubungan Manusia	141
4.37	Analisis Komponen Utama Bagi Domain Kemahiran	142
4.38	Analisis Komponen Utama Bagi Domain Pengetahuan	142
4.39	Analisis Komponen Utama Bagi Domain Sikap	143



SENARAI RAJAH

1.1	Kerangka Konsep Kajian	15
2.1	Kerangka Ringkasan Teori	42
2.2	Kitaran Kawalan PDCA	49
2.3	Lima Dimensi Penilaian Kualiti Servis	52
2.4	Teori Psikologi Keperluan Maslow Hirarki	58
3.1	Reka Bentuk Kaedah Gabungan (<i>Sequential Exploratory</i>)	61
3.2	Ringkasan Keseluruhan Rekabentuk Kajian	62
3.3	Kerangka Operasi Kajian	65
3.4	Proses Menganalisis Data Temubual	75
3.5	Kaedah Sistem Pengkodan	77
4.1	Kerangka Amalan Terbaik Penyampaian Perkhidmatan Pelanggan Dalam Kalangan Pengusaha Homestay Di Malaysia	143
5.1	Kerangka Amalan Terbaik Penyampaian Perkhidmatan Pelanggan Dalam Kalangan Pengusaha Homestay Di Malaysia	202

SENARAI SINGKATAN DAN SIMBOL

KPSBM	-	Kementerian Pelancongan Seni dan Budaya, Malaysia
JPSBM	-	Jabatan Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia
INFRA	-	Pihak Tenaga Pengajar Institut Kemajuan Desa
TDC	-	Pertubuhan Pembangunan Pelancong
MOTAC	-	Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia
JKKK	-	Jawatan Kuasa Kemajuan Kampung
APK	-	Amalan Pengurusan Kualiti
PDCA	-	<i>Plan-Do-Check-Act</i>
TQM	-	<i>Total Quality Management</i>
KDNK	-	Keluaran Dalam Negara Kasar
ROI	-	Pulangan Modal Pelaburan
IMO	-	Orientasi Pasaran Dalaman
PCA	-	<i>Principal Component Analysis</i>



PTTAUTHM
PERPUSTAKAAN TUN KU TUN AMINAH

SENARAI LAMPIRAN

LAMPIRAN	TAJUK	MUKA SURAT
A1	Jumlah Populasi Kajian Homestay yang Berdaya Saing Di Malaysia	249
A2	Rujukan Jumlah Sampel Kajian Berdasarkan Krejcie & Morgan (1970)	250
B1	Instrumen Kajian (Protokol Temubual Pakar)	251
B2	Instrumen Kajian : Borang Soal Selidik	255
C1	Senarai Kod Awal Analisis Temubual	266
C2	Senarai Matriks Kekerapan Analisis Dokumen	270
D1	Analisis <i>Fleiss Kappa</i>	273
D2	Pengesahan Kesepakatan Pakar Analisis <i>Fleiss Kappa</i>	276
E	Borang Pengesahan Memberi Persetujuan untuk Ditemubual	277
F1	Surat Kebenaran Menjalankan Kajian (Pakar)	280
F2	Surat Kebenaran Menjalankan Kajian (Homestay)	281
G	Borang Pengesahan & Perakuan Pakar	284
H1	Rasch Model (Kajian Rintis)	287
H2	Rasch Model (Kajian Sebenar - Menentukan Domain Dan Elemen)	289
I	Hasil Dapatan Daripada Analisis PCA	294



BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Malaysia adalah antara negara yang ke-sembilan paling banyak di kunjungi oleh pelancong di seluruh dunia. Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia bersama-sama dengan Lembaga Penggalakan Malaysia yang ditubuhkan di bawah Akta Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia 1992 (Akta 481) bertanggungjawab dalam hal-hal berkaitan dengan pelancongan di Malaysia (Buletin Motour, Dis. 2012). Malaysia kini dilihat gah di mata dunia dengan pelbagai anugerah-anugerah dan rekod-rekod yang dicatatkan.

Merujuk kepada data rantau Asia Pasifik pada tahun 2014, Malaysia mencatatkan pencapaian di tangga ke 26 daripada 184 negara di dunia dari segi jumlah pelancongan relatif yang menyumbang kepada pendapatan nasional (Mosbah & Saleh, 2014). Manakala pada tahun 2016 Malaysia mencatatkan jumlah kedatangan pelancong ketiga tertinggi di antara negara-negara Asia selepas China dan Thailand (Stanek, Skvor, & Roxer, 2017). Laporan daripada badan pengkaji pasaran global, *Euromonitor International* pada tahun 2018, Malaysia mencatatkan rekod destinasi pelancongan yang ke-sepuluh terbaik di dunia (Bernama, 2018, Disember 6). Sepanjang tahun 2018 juga, Malaysia mendapat pelbagai lagi pengiktirafan lain.

Antaranya anugerah yang diperoleh adalah dalam kategori Kecemerlangan Jenama Negara *Brand Laurete Best Brand* (2017-2018). Bandar Di-Raja, Muar turut mendapat pengiktirafan sebagai Bandar Pelancongan Paling Bersih di ASEAN. Melalui pengiktirafan *Islamic Economy Ecosystem*, termasuk makanan dan rekreasi, pelancongan Halal, dan *Global Islamic Economy Report* 2018/2019, Malaysia memperoleh skor tertinggi lima tahun berturut-turut (Bernama, 2018, Disember 6).

Aset fizikal atau infrastruktur semata-mata bukanlah penentu kejayaan industri pelancongan bagi sesebuah negara. Modal insan dalam sesebuah negara adalah penting selain daripada aset fizikalnya. Barisan hadapan (*frontliners*) juga disebut sebagai *Soft Asset* bagi sesebuah negara. Mereka termasuklah semua komuniti masyarakat setempat yang bertemu dengan mana-mana pelancong yang berkunjung ke Malaysia (Buletin Motour, 2013). Malaysia menjadi salah satu destinasi pelancongan yang menarik bukan disebabkan oleh sumber buatan atau semulajadinya sahaja, tetapi juga daripada aspek tatasusila, budi bahasa, dan sopan santun yang ditunjukkan kepada pelancong luar. Hasrat individu untuk meningkatkan pendapatan isi rumah mendorong masyarakat setempat untuk terlibat di dalam sektor pelancongan.

Dengan peningkatan jumlah pelancong yang masuk ke dalam negara, kebanyakan rumah-rumah penduduk tempatan mula dijadikan sebagai homestay. Program homestay dibangunkan sebagai salah satu strategi bagi meningkatkan ekonomi masyarakat luar bandar melalui penglibatan mereka di dalam industri pelancongan. Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia telah memperkenalkan sebuah penginapan alternatif bagi pelancong dari dalam dan luar negara yang disebut sebagai Program Homestay sejak 1995 lagi (Mohd Nor & Kayat, 2010).

Pihak kerajaan menggalakkan penyertaan lebih ramai lagi penduduk kampung untuk turut terlibat di dalam program homestay ini setelah melihat sektor ini mampu menarik minat ramai pelancong asing (Kayat & Nur, 2006). Program ini berupaya meningkatkan pendapatan isi rumah dan sekali-gus meningkatkan taraf hidup penduduk luar bandar. Selain itu ia juga menyumbang kepada pengurangan jumlah kemiskinan dan menjadi matlamat utama program homestay di Malaysia. Selain daripada itu, program ini juga dapat mewujudkan usahawan luar bandar dan menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk kampung (Effandy, 2011).

1.2 Latar Belakang Masalah

Program homestay adalah salah satu bentuk perkhidmatan penginapan yang tidak terdapat pada jenis-jenis penginapan lain. Ini kerana homestay menawarkan pengalaman hidup berkeluarga (tinggal bersama-sama tuan rumah) yang juga

dikenali sebagai program anak angkat. Pelancong berpeluang merasai pengalaman berinteraksi dengan masyarakat setempat dari segi gaya hidup serta adat dan kebudayaan mereka (Portal Rasmi MOTAC, 2021). Pelanggan berhak untuk mendapatkan perkhidmatan terbaik seperti yang dijanjikan. Isu kepuasan pelanggan perlu diberi perhatian khusus dalam meningkatkan kejayaan sektor ini.

Kepuasan pelanggan mempengaruhi kesetiaan mereka terhadap keputusan memilih destinasi pelancongan di Malaysia (Gallarza, & Saura, 2006; Zabkar, Brencic & Dmitrovic, 2010). Ketidakpuasan pelancong menjejaskan kedatangan pelancong melalui berita mulut ke mulut. Isu kepuasan pelanggan bukanlah sesuatu yang baru di Malaysia tetapi ia masih tidak mendapat perhatian yang sewajarnya dan tidak banyak kajian telah dilakukan mengenai isu ini selain terdapat laporan yang terhad di dalam kajian-kajian lepas (Kunjuraman, & Hussin, 2013). Kurangnya perhatian terhadap kepuasan pelanggan adalah salah satu punca yang menyebabkan homestay tidak berdaya saing.

Kebanyakan homestay di Malaysia gagal mencapai kepuasan pelanggan berikutan keadaan persaingan dan kehendak pelanggan yang sering berubah-ubah (Ismail *et al.*, 2016). Kajian daripada Arifin, (2013); Soh, (2015) yang menyatakan di dalam kajiannya bahawa tidak semua homestay di Malaysia berdaya saing dan berdaya maju. Menurut Ismail *et al.*, (2016) persaingan sengit daripada negara-negara jiran seperti Indonesia dan Thailand serta masalah pengurusan homestay itu sendiri membuatkan prestasi homestay menjadi bermasalah terutamanya dari aspek kualiti perkhidmatan dan kadar jumlah penginap yang datang menginap. Ibrahim & Razzaq, (2010) yang menyatakan bahawa homestay di Malaysia gagal menarik lebih ramai pelancong asing ke dalam negara kerana masalah perkhidmatan yang diberikan oleh pengusaha homestaynya.

Ibrahim & Razzaq, (2010) dalam kajiannya menyatakan kejatuhan kadar pelancong asing yang melawat Sabah berkaitan dengan kualiti perkhidmatannya kerana mereka lebih gemar menginap di hotel mewah atau *Bed & Breakfast* yang perkhidmatannya lebih baik dan sepadan dengan harga yang ditawarkan. Hensens (2015) menyatakan bahawa kualiti perlu di uruskan dengan baik kerana ia memberikan impak kepada pengalaman yang bermakna kepada pelancong.

Sumber daripada Bahagian Pembangunan Industri, menyatakan dalam kajiannya bahawa kualiti homestay yang lemah adalah masalah utama bagi program homestay di Malaysia (Bhuiyan, *et al.*, 2011; Pusiran & Xiao, 2013; Munieleswar,

2015). Antara rungutan daripada pengunjung adalah homestay di Malaysia sangat lemah dari segi kemudahan penginapan dan perkhidmatan yang disediakan seperti standard kualiti, kebersihan, penguasaan bahasa dan juga pengetahuan tentang teknologi (Munieleswar, 2015). Jadual 1.1 menunjukkan jumlah pelancong domestik dan pelancong asing menginap di homestay 2014 – 2018.

Jadual 1.1: Jumlah Pelancong Domestik dan Pelancong Asing Menginap Di Homestay 2014 - 2018

Negeri	JUMLAH PELANCONG DOMESTIK MENGINAP DI HOMESTAY				
	2014	2015	2016	2017	2018
Perlis	7,657	3,436	4,111	2,456	3,236
Kedah	13,978	17,539	21,683	17,616	6,548
P.Pinang	7,247	7,300	4,773	4,635	3,663
Perak	9,219	10,724	7,791	7,568	16,490
Selangor	49,854	46,844	58,101	37,495	33,287
Melaka	17,389	24,926	18,486	10,755	12,137
N.Sembilan	6,385	4,796	4,308	5,829	3,309
Johor	22,993	30,618	44,666	62,046	22,872
Kelantan	10,928	5,806	3,734	1,441	2,531
Terengganu	2,775	2,521	2,796	4,598	2,100
Pahang	110,320	116,713	132,096	118,151	96,810
Sarawak	17,234	20,582	21,717	20,425	26,210
Sabah	17,131	23,449	24,623	24,182	57,852
Labuan	2,127	3,329	4,141	1,441	3,108
JUMLAH	288,107	296,439	353,344	321,115	290,153
Negeri	JUMLAH PELANCONG ASING MENGINAP DI HOMESTAY				
	2014	2015	2016	2017	2018
Perlis	95	138	0	0	0
Kedah	690	404	409	889	708
P.Pinang	736	827	926	1,222	849
Perak	421	127	98	1,470	3,109
Selangor	8,341	12,090	6,893	7,476	4,759
Melaka	13,417	15,025	12,355	6,143	4,440
N.Sembilan	1,727	3,844	1,490	1,270	1,980
Johor	32,551	27,208	22,668	15,094	12,788
Kelantan	224	185	238	231	98
Terengganu	291	203	263	90	99
Pahang	2,428	1,805	1,711	1,434	571
Sarawak	6,891	5,610	4,648	3,372	5,637
Sabah	2,999	4,143	5,219	23,129	47,231
Labuan	193	221	260	26	53
JUMLAH	62,847	71,034	57,178	61,846	82,322

(Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia, 2019)

Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia (2019) melaporkan bahawa secara purata keseluruhannya menunjukkan peningkatan kadar pelancong untuk memilih homestay sebagai tempat penginapan sewaktu bercuti. Walaubagaimanapun, jika dilihat secara terperinci, terdapat beberapa buah negeri yang mengalami penurunan kadar pelancong yang membimbangkan. Negeri-negeri yang mengalami penurunan jumlah pelancong tempatan yang memilih homestay sebagai tempat menginap pada 2014 hingga 2018 adalah di Negeri Sembilan, Johor dan Terengganu dengan satu tahun penurunan. Di samping itu, negeri-negeri seperti di Kedah, Selangor, Melaka dan Pahang pula mengalami dua tahun berturut-turut penurunan kadar pelancong domestik yang menginap di homestay. Sementara itu Pulau Pinang dan juga Kelantan mengalami penyusutan kadar pelancong domestik pada tiga tahun berturut-turut. Walaubagaimanapun, kadar pelancong domestik di Kelantan meningkat pada tahun 2018 namun, jumlah peningkatan tersebut masih tidak berjaya melebihi daripada rekod pada tahun 2014 hingga 2016.

Pengkaji menyenaraikan beberapa akibat buruk hasil daripada homestay yang tidak berdaya saing. Akibatnya adalah homestay tersebut kehilangan pelanggan setia. Mendapatkan pelanggan baru adalah lima kali lebih tinggi kos berbanding memuaskan hati pelanggan sedia ada (Fisher, 2001). Kotler & Keller (2009) menyatakan bahawa pihak syarikat kehilangan 10 peratus daripada pelanggannya setiap tahun kerana tidak menjaga pelanggan sedia ada. Pelanggan yang datang semula atau penjana pendapat adalah bergantung kepada bagaimana pelancong menilai kualiti semasa menginap (Morajab, 2010). Akibat yang seterusnya adalah mendapat imej yang buruk disebabkan oleh tanggapan negatif.

Sekiranya pelancong tidak berpuas hati, bilangan pelanggan yang datang kembali berkurangan dan pelanggan yang baru membuat tanggapan bahawa tempat penginapan ini tidak menarik (Kunjuraman, & Hussin, 2013, Ismail *et al.*, 2016). Selain daripada itu, akibat buruk yang bakal terjadi sekiranya pelanggan tidak berpuas hati adalah menyebabkan rungutan pelanggan. Menurut Nimako (2012) ketidakpuasan hati para pelanggan mendorong mereka untuk menyuarakan rungutan mereka kepada organisasi berkenaan.

Sekiranya rungutan dapat di tangani dengan berkesan, ia membawa kepada kepuasan, kesetiaan dan penyebaran berita positif dari mulut ke mulut (Kau & Loh, 2006; Ismail *et al.*, 2016). Kunjuraman, & Hussin, (2013) menyatakan bahawa pelanggan yang tidak berpuas hati menyebarkan rasa tidak puas hati mereka dan

hasilnya boleh merosakkan nama baiknya. Pengekalan kepada imej dan reputasi adalah kemestian kerana ia melibatkan persepsi pelanggan (Abu-El-Salam, *et al.*, 2013). Akibat seterusnya adalah kepercayaan kepada pengusaha berkurangan kerana kurangnya kualiti perkhidmatan.

Apabila pelanggan tidak mendapat lebih perkhidmatan yang berkualiti, kepercayaan mereka berkurang serta menjurus kepada ketidakpuasan pelanggan (Roostika, 2011). Lantaran itu, ia menimbulkan niat untuk tidak menginap di homestay itu lagi (Mohamad, *et al.*, 2012, Yap, 2019). Pelanggan yang berpuas hati mendorong mereka untuk terus berbelanja dan menjadi pelanggan setia. Mereka yang berpuas hati datang semula untuk mendapatkan perkhidmatan yang sama pada masa akan datang (Kunjuraman & Hussin, 2013; Yap 2019). Seterusnya, terdapat pelbagai faktor penyebab kepada tiada daya saing dalam sektor homestay.

Antaranya adalah pihak yang menyebabkan kurangnya daya saing sektor homestay adalah: (1) Kerajaan, (2) Orang Tengah, (3) Komuniti, dan (4) Pengusaha. Penglibatan kerajaan perlu diurus dengan baik dan sewajarnya dari aspek 'siapa yang sepatutnya terlibat' dan 'bagaimana untuk terlibat'. Walaubagaimanapun, kajian ini lebih menekankan masalah yang timbul akibat daripada pengusahanya sendiri.

Pembekal perkhidmatan bertindak sebagai duta di dalam sesebuah organisasi kerana mereka adalah punca kepada keseimbangan kualiti perkhidmatan dalam fikiran pengguna (Abd-El-Salam, 2013). Morajab, (2010) membuktikan bahawa pengendali homestay kurang memberi perhatian terhadap perkhidmatan yang pelbagai dan kepuasan pelanggan. Tambahnya lagi, maksud perkhidmatan yang di sebutkan tidak hanya merangkumi bagaimana tuan rumah memberi perkhidmatan yang baik kepada pelanggan mereka tetapi juga produk-produk dan aktiviti yang mereka berikan. Selain daripada itu, pengusaha juga menghadapi masalah dalam berkomunikasi dengan pelancong (Ahmad, *et al.*, 2011). Oleh yang demikian, penting untuk pengusaha memiliki kemahiran dalam penyampaian perkhidmatan. Dalam erti kata lain, pengusaha memainkan peranan penting dalam mengubah tanggapan negatif pelancong.

Terdapat berbagai-bagai masalah yang berpunca daripada 'pengusaha homestay'. Antara punca masalah daya saing homestay yang disebabkan oleh pengusaha homestay sendiri adalah (1) kepimpinan; (2) pengurusan; (3) keusahawanan; (4) promosi; dan (5) kemudahan infrastruktur; (6) aktiviti; (7) penyampaian perkhidmatan. Walaubagaimanapun, kajian ini lebih menekankan

tentang faktor penyampaian perkhidmatan. Kualiti perkhidmatan dan penyampaian perkhidmatan adalah sesuatu perkara yang berbeza.

Kualiti perkhidmatan lebih kepada perbezaan antara jangkaan pelanggan dengan perkhidmatan sebenar yang diperoleh manakala penyampaian perkhidmatan lebih kompleks dan mencabar kerana berubah-ubah mengikut permintaan pelanggan (Alzydi, *et al.*, 2018). Secara ringkasnya kualiti perkhidmatan adalah keperluan kepada peningkatan penyampaian perkhidmatan pelanggan. Tidak banyak kajian yang dijalankan oleh pengkaji-pengkaji lepas tentang penyampaian perkhidmatan pelanggan di dalam sektor homestay di Malaysia. Berdasarkan kajian awal pengkaji yang dijalankan kepada 20 orang pelancong yang menginap di homestay di negeri Pahang secara temubual, faktor yang perlu diberi perhatian adalah perkhidmatan pelanggan. Perkara ini perlu di pandang serius kerana terdapat banyak rungutan yang menyatakan kekecewaan mereka terhadap layanan, perkhidmatan dan keselamatan homestay di Malaysia.

Kajian sebelum ini menunjukkan bahawa salah satu masalah yang dihadapi homestay adalah perkhidmatan yang disediakan adalah lemah (Bhuiyan, *et al.*, 2011; Pusiran & Xiao, 2013; Munielleswar, 2015). Khodri (2012) juga menyatakan bahawa perkhidmatan homestay di Melaka adalah sangat tidak memuaskan. Oleh itu, kajian ini lebih menekankan aspek penyampaian perkhidmatan pelanggan untuk meningkatkan daya saing pengusaha homestay di Malaysia. Terdapat beberapa faktor penghalang homestay untuk terus maju dan memberikan kualiti perkhidmatan yang terbaik kepada pengunjung.

Antara masalah kualiti perkhidmatan yang disebabkan oleh pengusaha adalah: (1) layanan (2) kebersihan; (3) keselamatan (4) komunikasi (5) komitmen; dan (6) sikap. Khodri (2012) menyatakan bahawa kualiti perkhidmatan homestay di Melaka adalah tidak memuaskan. Ini disokong oleh kajian daripada Bhuiyan, *et al.*, (2011); Bavani, *et al.*, (2015) menyatakan bahawa kebanyakan homestay di Malaysia mempunyai masalah dari segi perkhidmatan. Antara masalah yang dikenalpasti yang berkaitan dengan perkhidmatan adalah faktor layanan yang baik diberikan oleh pengusaha kepada pelanggan bagi menjamin kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2009).

Abdullah *et al.*, (2013) mendapati pengusaha homestay di Kelantan kurang memberi layanan yang baik kepada pengunjung tempatan dan pelancong asing. Hasil dapatan kajian Khodri (2012) mendapati bahawa pengunjung memberi maklum balas

bahawa pengusaha tidak memberi layanan serta perkhidmatan seperti yang dijanjikan. Pelancong luar negara lebih menitik-beratkan tentang kebersihan apabila mereka melancong atau bercuti terutama sekali kebersihan tandas yang menjadi faktor utama penilaian tahap kebersihan. Abdullah *et al.*, (2013) pula mendapati pelancong asing tidak senang dengan keadaan kawasan kampung yang kotor dan tidak selesa. Hak untuk menikmati keadaan yang bersih bukan sahaja hak asasi manusia tetapi juga pra-syarat untuk menarik kedatangan pelancong (Rajaratnama, 2014). Selain itu, aspek keselamatan homestay yang kurang diberi perhatian.

Hasil kajian daripada Meimand, *et al.*, (2013), menyatakan pengunjung daripada Jepun masih tidak mendapat kepuasan dari aspek keselamatan dan privasi sewaktu menginap di homestay. Seterusnya adalah kebolehan berkomunikasi. Pengendali homestay dan masyarakat secara umum masih kurang dari aspek kualiti perkhidmatan dan kebolehan berbahasa Inggeris (Pusiran & Xiao, 2013) atau berbahasa asing yang merupakan elemen terpenting untuk berkomunikasi secara berkesan dengan tetamu atau pelancong (Ahmad, *et al.*, 2011; Pusiran & Xiao, 2013). Walaubagaimanapun, kemahiran ini boleh dilatih dan diperbaiki dan perlu di pandang serius oleh pihak berwajib untuk di tangani (Pusiran & Xiao, 2013). Selain daripada itu, pengetahuan juga penting untuk dimiliki oleh pengusaha.

Hasil dapatan daripada Khodri (2012) mendapati bahawa pengunjung memberi maklum balas bahawa pengusaha tidak mempunyai pengetahuan sepenuhnya tentang kawasan setempat apabila pengunjung memohon untuk mendapatkan maklumat. Kunjuran & Hussein (2017) berkata kurangnya pengetahuan dalam bidang homestay menyebabkan mereka gagal untuk memberi maklumat berguna kepada pengunjung serta gagal mempromosikan produk-produk homestay yang berkaitan. Menurut Kunjuran & Hussein (2017) lagi, pengusaha homestay gagal menguruskan kedatangan homestay dengan baik kerana kurang berpengalaman mengendalikan nya.

Aspek penyampaian perkhidmatan pelanggan dapat merangkumi kesemua masalah yang dinyatakan di atas. Oleh yang demikian, kajian ini meneroka aspek-aspek penting yang digabungkan menjadi kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia. Ini berikutan masih tiada kerangka penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia. Di Malaysia, terdapat beberapa kerangka,

standard, polisi atau panduan dibina yang berkaitan dengan penyampaian perkhidmatan pelanggan.

Antaranya adalah MAMPU (2015) mengeluarkan kerangka Panduan Pengurusan Perhubungan Pelanggan Sektor Awam dengan mengetengahkan tiga elemen iaitu fizikal, emosi dan penyampaian. Faktor ini sangat bertepatan dengan kajian yang ingin dijalankan namun, ianya berkisarkan tentang penyampaian perkhidmatan di dalam talian dan juga di kaunter. Begitu juga dengan Abdul Gani (2016) yang menyediakan Panduan Perkhidmatan Pelanggan *1 Serve* yang di diterbitkan oleh Jabatan Perkhidmatan Awam (JPA). Ia juga menyediakan panduan untuk perkhidmatan dikaunter. Selain itu, Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia juga mengiktiraf Standard Homestay Asian (2013) yang dikeluarkan oleh UTM sebagai standard yang digunapakai di dalam Program Homestay.

Di dalam Standard Homestay tersebut beberapa panduan menguruskan homestay diterangkan dengan jelas di dalamnya namun, tidak terdapat panduan layanan atau penyampaian perkhidmatan kepada pelanggan. 'Perkhidmatan pelanggan' hanya dinyatakan di bahagian senarai latihan yang perlu diberikan kepada pengusaha homestay. Model kualiti perkhidmatan yang banyak digunapakai di dalam kajian-kajian homestay yang lepas oleh Parasuraman *et al.*, (1985) sangat bertepatan dengan terma perkhidmatan namun, ianya terlalu ringkas dan tidak menjurus kepada penyampaian perkhidmatan yang lebih berfokuskan layanan kepada pelanggan. Kerangka-kerangka perkhidmatan pelanggan dari luar negara juga tidak kurang baiknya seperti kerangka Amalan Terbaik Perkhidmatan Pelanggan Forrester's, Kerangka & Piagam Perkhidmatan Pelanggan *Richmond Valley*, Kerangka Perkhidmatan Pelanggan *Sailisbury*, dan sebagainya. Walaubagaimanapun, panduan atau standard tersebut tidak bertepatan dengan konsep homestay.

1.3 Penyataan Masalah

Program homestay tersenarai sebagai salah satu perancangan produk inovasi dalam meningkatkan ekonomi luar bandar agar dapat mengurangkan jurang perbezaan ekonomi di bandar dan luar bandar. Walaubagaimanapun, masalah kualiti penyampaian perkhidmatan homestay menjadi isu yang sangat penting yang mampu

mengganggu-gugat daya saing homestay di Malaysia. Terdapat pelbagai masalah kualiti perkhidmatan homestay yang berpunca daripada pengusaha homestay sendiri. Kepuasan pelanggan menjadi teras utama kepada sektor perkhidmatan namun, perkhidmatan yang diberikan masih tidak mampu mencapai kepuasan maksimum kepada pelanggan. Masih terdapat rungutan yang menyatakan ketidakpuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan. Kualiti perkhidmatan adalah keperluan dalam meningkatkan penyampaian perkhidmatan pelanggan dan sebahagian daripada komponen dalam penyampaian perkhidmatan. Kegagalan melaksanakan perkhidmatan pelanggan yang berkualiti menjejaskan reputasi atau nama baik homestay tersebut. Akhirnya melalui berita dari mulut ke mulut mengenai kualiti yang tidak memenuhi kehendak pelanggan menjadikan homestay tersebut tidak dapat bertahan lama. Berdasarkan penelitian pengkaji, walaupun kajian tentang kualiti perkhidmatan banyak dikaji di dalam Program Homestay di Malaysia namun, kurang kajian yang menekankan aspek penyampaian perkhidmatan pelanggan. Selain daripada itu juga, sektor pelancongan homestay di Malaysia masih belum mempunyai satu kerangka lengkap yang merangkumi penyampaian perkhidmatan pelanggan untuk pengusaha homestay. Terdapat juga panduan, standard, polisi atau model yang berkaitan dengan penyampaian perkhidmatan pelanggan yang sedia ada di Malaysia namun, kesemuanya menfokuskan kepada 'perkhidmatan kaunter' atau 'dalam talian'. *Standard Asian Homestay* yang diterima pakai oleh Kementerian Pelancongan Seni, dan Budaya Malaysia pula tidak mengandungi aspek perkhidmatan pelanggan. Sehubungan dengan itu, kajian ini melihat keperluan dalam membina kerangka penyampaian perkhidmatan pelanggan bagi memberi panduan kepada pengusaha tentang aspek-aspek penyampaian perkhidmatan pelanggan. Ianya dapat dijadikan sebagai panduan kepada badan-badan berwajib yang dipertanggungjawabkan memberi latihan perkhidmatan pelanggan kepada pengusaha dalam menyampaikan perkhidmatan yang berkualiti kepada pelanggan.

1.4 Objektif Kajian

1. Meneroka domain penyampaian perkhidmatan yang di perlukan bagi pembangunan kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggandalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia.

2. Meneroka elemen kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan yang diperlukan bagi pembangunan kerangka penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia.
3. Mengenal pasti kesesuaian elemen ke arah pembentukan kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay.
4. Menentu-sahkan kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia.

1.5 Persoalan Kajian

1. Apakah domain penyampaian perkhidmatan yang di perlukan bagi pembangunan kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia?
2. Apakah elemen penyampaian perkhidmatan yang di perlukan bagi pembangunan kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia?
3. Adakah elemen kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan sesuai kepada pengusaha homestay di Malaysia?
4. Adakah kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia dapat diuji?
5. Adakah kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia dapat disahkan?

1.6 Kepentingan Kajian

Perkhidmatan Pelanggan perlu diberikan perhatian kerana ia menjadi nadi utama kepada kepuasan pelanggan yang mampu menarik minat pelancong asing untuk berkunjung ke dalam negara. Ia diberi perhatian khusus dalam rangka untuk menjadikan Malaysia sebagai salah satu destinasi kegemaran masyarakat seluruh dunia untuk menikmati percutian. Kajian yang dijalankan ini diharapkan dapat memberi faedah secara langsung atau tidak langsung kepada pengusaha-pengusaha homestay di Malaysia yang kurang berpengetahuan tentang penyampaian

perkhidmatan pelanggan. Disamping itu, ia dapat dijadikan panduan kepada pengusaha homestay agar homestay yang diusahakan sentiasa menarik, selamat dan memuaskan hati pengunjung.

Kajian ini juga berharap dengan adanya kerangka penyampaian perkhidmatan pelanggan dapat membantu pengusaha homestay di Malaysia. Ia juga membimbing pengusaha membuat keputusan dengan baik dan cepat sewaktu di dalam situasi yang memerlukan. Pihak berwajib juga perlu memantau bahagian-bahagian penyampaian perkhidmatan pelanggan yang perlu diutamakan. Ia dapat dijadikan panduan berterusan kepada pihak Institut Kemajuan Desa (INFRA) yang bertanggungjawab memberi latihan kepada pengusaha homestay di Malaysia. 'Pelanggan sentiasa betul' adalah istilah yang sering digunakan dalam sektor perkhidmatan namun, terdapat sesetengah individu yang mengambil kesempatan terhadap fenomena ini. Oleh itu, pengusaha harus tahu membezakan hak-hak pengguna dan pembekal perkhidmatan agar tidak ada individu yang rasa tertindas serta tidak puas hati.

Apabila perilaku pengusaha dikawal dengan baik dengan bimbingan dan latihan, pelancong merasa gembira dan rasa dihargai sewaktu menginap di homestay. Masalah pelancong yang sering merasa kecewa apabila menerima perkhidmatan yang tidak seperti yang diharapkan juga dapat dihindari. Pelancong dapat menikmati pengalaman penginapan dengan suasana kampung serta merasai budaya Melayu yang unik. Selain daripada itu, kajian ini turut memberi impak kepada komuniti setempat.

Melalui peningkatan kadar pelancong asing yang menginap di homestay, komuniti setempat dapat membina lebih banyak peluang perniagaan seperti restoran, perusahaan produk desa, perkhidmatan pengangkutan, dan lain-lain untuk kemudahan pelancong. Akibat daripada banyak peluang-peluang pekerjaan di desa, penghijrahan penduduk tempatan ke luar daerah untuk tujuan mencari pekerjaan di bandar juga dapat dikurangkan. Oleh yang demikian, kadar kemiskinan luar bandar dapat dikurangkan serta dapat mengurangkan jurang perbezaan ekonomi bandar dan luar bandar. Kajian ini juga dapat menggalakkan komuniti setempat untuk lebih berpengetahuan luas tentang bidang homestay.

'Tak kenal maka tak cinta'. Kenyataan itu sesuai dengan komuniti yang mendapat maklumat atau pengetahuan yang jelas tentang homestay akan lebih memahami objektif program ini diadakan dan manfaatnya kepada penduduk kampung. Seterusnya ia dapat meningkatkan minat mereka untuk turut menyertai dan

bekerjasama dalam memajukan kemajuan program tersebut. Melalui pengetahuan tersebut juga, komuniti dapat meningkatkan gaya hidup mereka untuk menggunakan dan mengekalkan sumber asli dan budaya masyarakat setempat serta dapat meningkat kualiti gaya hidup sihat di desa.

Kesedaran daripada semua pihak yang terlibat dapat dijana dengan baik hasil daripada penglibatan mereka dalam program homestay di Malaysia. Pihak yang terlibat lebih sedar tentang kepentingan menjaga budaya, adat istiadat dan juga sumber asli bumi yang perlu dijaga dalam mencipta keistimewaan dan daya penarik sesebuah homestay. Motivasi individu yang terlibat mahupun yang belum terlibat untuk mengambil bahagian dalam sektor homestay juga dapat ditingkatkan apabila hasil pendapatan daripada homestay semakin meningkat.

1.7 Skop Kajian

Kajian ini menghasilkan kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan homestay di Malaysia. Responden yang terlibat terdiri daripada dua golongan. Golongan yang pertama adalah golongan pakar-pakar bidang yang ditanya melalui temubual dan golongan ke-dua adalah pengusaha homestay melalui soalan kaji selidik. Golongan pakar terdiri daripada pakar yang berpengalaman dan berpengetahuan luas dalam bidang homestay dan perkhidmatan pelanggan. Golongan ke-dua adalah pengusaha homestay di Malaysia.

Kajian yang dijalankan merangkumi homestay yang diiktiraf oleh pihak Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia. Kajian ini juga hanya menggunakan homestay-homestay yang berdaya saing sahaja di seluruh Malaysia sahaja. Maklumat homestay yang berdaya saing diperoleh daripada ibu pejabat Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia di Putrajaya. Terakhir, kajian ini menekankan aspek penyampaian perkhidmatan pelanggan yang hanya menekankan aspek perkhidmatan yang disampaikan kepada pengunjung yang bersifat tidak nyata (*intangible*) sahaja. Ini tidak termasuk jumlah atau jenis fasiliti yang dibekalkan kepada pengunjung, peralatan atau perkakasan rumah, dan juga hiasan rumah. Kajian ini juga tidak termasuk perkara-perkara seperti promosi atau strategi pemasaran, prasarana kampung yang disediakan, tarikan pelancongan di

kawasan setempat, pengangkutan awam pelancong, susunan aktiviti pengunjung atau pakej-pakej penginapan yang disediakan.

1.8 Limitasi Kajian

Pengkaji mempunyai limitasi dari segi populasi kajian. Populasi kajian ini hanyalah kepada pengusaha homestay yang berdaya saing sahaja. Ini kerana pengkaji ingin mendapatkan amalan terbaik yang diamalkan oleh pengusaha homestay yang berdaya saing agar dapat diaplikasikan kepada seluruh homestay lain yang tidak berdaya saing. Pengkaji mengedarkan soalan kaji selidik kepada semua pengusaha yang terlibat. Walaubagaimanapun, terdapat beberapa kekangan yang terjadi menyebabkan soal selidik yang diperolehi tidak mencapai jumlah sebenar populasi kajian. Antaranya adalah kerana kekangan masa pengusaha homestay yang sibuk, tidak mendapat kerjasama yang baik daripada penyelaras homestay untuk menjalankan kajian, mendapat kerjasama penyelaras homestay tetapi pengusaha homestay menolak untuk memberi kerjasama, dan terdapat sebilangan homestay yang disenaraikan sudah tidak aktif lagi menerima tetamu.

1.9 Kerangka Konsep Kajian

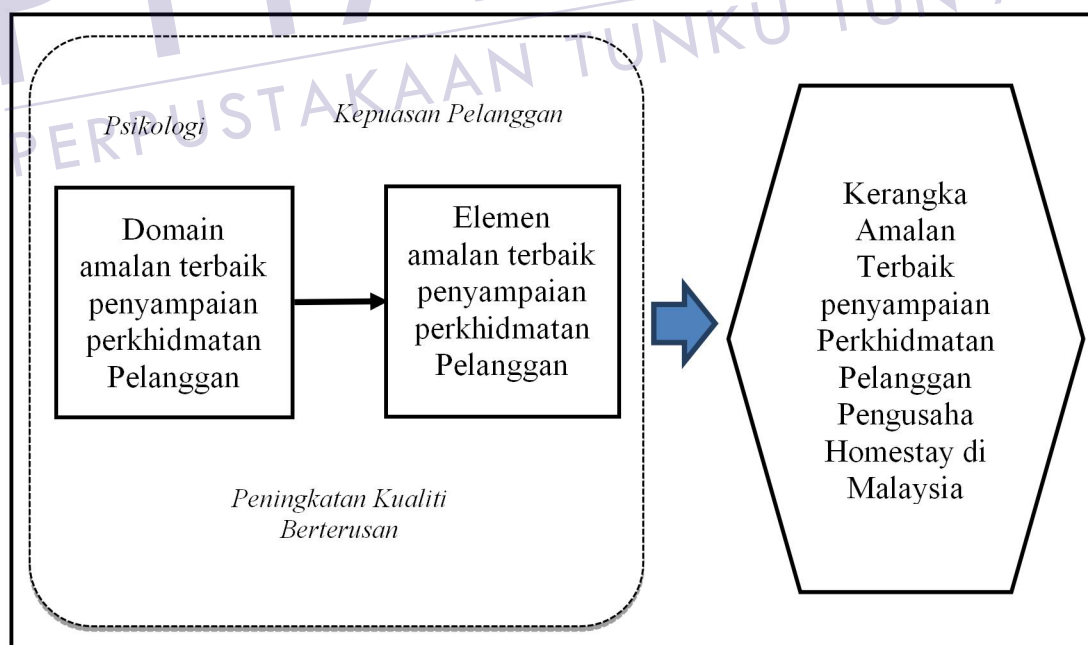
Berdasarkan beberapa kajian lepas, kajian ini membina kerangka-kerja kajian yang berkaitan penyampaian perkhidmatan pelanggan. Bahagian ini membina kerangka konsep kajian yang dijadikan sebagai garis panduan kepada pengkaji dalam menjalankan penyelidikan. Menurut Wiersma (2000) yang menyatakan kerangka konsep kajian adalah merujuk kepada ramalan serta penerangan tentang keseluruhan penyelidikan secara ringkas, padat dan menyeluruh.

Kajian ini menitikberatkan aspek kualiti perkhidmatan dan penyampaian perkhidmatan, di mana kedua-duanya berada di dalam satu terma iaitu perkhidmatan pelanggan. Sumber daripada *ISS Group (2015)* menyatakan bahawa kualiti perkhidmatan adalah sub komponen kepada penyampaian perkhidmatan selain daripada budaya perkhidmatan, penglibatan pekerja, dan juga pengalaman pelanggan. Penyampaian perkhidmatan adalah lebih kompleks dan mencabar untuk diuruskan kerana perlu menitikberatkan kepada beberapa perkhidmatan yang unik untuk

memenuhi kepuasan pelanggan. Manakala kualiti perkhidmatan pula adalah berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diterima (Alzydi *et al.*, 2018). Terdapat beberapa teori yang digunakan dalam mencari domain dan elemen kajian ini.

Berdasarkan gambarajah 1.1, pembolehubah bersandar (*Independent*) dalam kajian ini adalah domain dan elemen yang dikaji manakala pembolehubah tidak bersandar (*Dependent*) adalah hasil kajian (*Outcome*) yang dikeluarkan. Pencarian domain dan elemen adalah melalui proses analisis data kualitatif dan kuantitatif yang lengkap. Seterusnya, hasil kajian yang dibina diakhirnya adalah kerangka amalan terbaik penyampaian perkhidmatan pelanggan di dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia.

Berdasarkan rajah 1.1, perkhidmatan pelanggan berasaskan tiga usur utama iaitu, kualiti dalam perkhidmatan, psikologi dalam perkhidmatan dan juga kepuasan pelanggan. Oleh yang demikian, kajian ini menggabungkan ketiga-tiga unsur ini untuk membina domain dan elemen amalan terbaik perkhidmatan pelanggan yang perlu diamalkan oleh semua pengusaha homestay di Malaysia agar program homestay di Malaysia lebih berdaya-saing.



Rajah 1.1 : Kerangka Konsep Kajian

Teori adalah rujukan kepada sesuatu konsep atau model yang sistematik bagi menjelaskan sesuatu makna dan diterjemahkan kepada sesuatu yang aktiviti atau

fenomena yang sistematik (Layder, 1994; Garrison, 2000). Menurut Krathwohl, (1998), kajian yang baik adalah berdasarkan teori yang relevan sebagai panduan, serta mengenalpasti pembolehubah yang bersesuaian dan kaitan kepada isu utama serta cadangan kajian seterusnya (Garrison, 2000). Oleh yang demikian, kajian ini mengenalpasti satu teori yang memainkan peranan penting dalam bidang perkhidmatan pelanggan iaitu teori psikologi.

Teori pertama adalah *Halo Effect* yang diperkenalkan pada tahun 1920 oleh Edward L. Thorndike. Ia menyatakan tentang persepsi yang dibina berdasarkan penilaian fizikal seseorang yang mungkin hadir pada saat pertama kali pertemuan atau beberapa kali pertemuan. Ia perlu diberi perhatian kerana kebiasaan manusia membina persepsi awal yang mungkin betul atau tidak. Jika pengusaha memberi gambaran yang buruk diawal pertemuan, ia boleh memberi gambaran negatif kepada pelanggan dan akan merosakan keseluruhan perkhidmatan yang diberikan. Oleh yang demikian, kerangka yang dibina turut mengambil kira aspek interaksi manusia bermula saat pertama kali bertemu dengan pelanggan.

Teori kedua adalah teori Hirarki Keperluan Maslow yang diperkenalkan oleh Abraham Maslow, (1943). Teori ini perlu difahami dengan jelas kerana seorang pembekal perkhidmatan yang baik perlu menyediakan atau mengutamakan keperluan asas setiap pelanggan terlebih dahulu agar dapat mencapai tahap kepuasan maksima pelanggan. Pengkaji membina kerangka dengan memahami asas keperluan manusia yang perlu disediakan kepada pelanggan tanpa perlu diminta atau diberitahu terlebih dahulu. Selain daripada itu, teori seterusnya adalah teori psikologi kecerdasan emosi.

Teori psikologi kecerdasan emosi diperkenalkan oleh Daniel Goldman pada tahun 1998 yang mengandungi lima komponen utama iaitu kesedaran diri, peraturan diri, motivasi dalaman, empati dan kemahiran sosial. Teori ini menerangkan tentang bagaimana mengenali emosi sendiri dan berupaya mengenalpasti emosi orang lain. Ia bertujuan untuk mengawal tingkah laku yang tidak baik pelanggan yang disebabkan oleh gangguan emosi. Kajian ini mengambil kira faktor emosi sebagai perkara yang penting bagi mengelakkan konflik dan salah faham di dalam penyampaian perkhidmatan. Bahagian kedua teori yang digunakan adalah teori peningkatan kualiti berterusan iaitu mengandungi teori daripada William Edwards Deming yang memperkenalkan *Total Quality Management (TQM)* dan *14 Point of Management*. Kualiti dapat ditingkatkan dengan usaha mengurangkan pembaziran produksi, mengurangkan pekerja dan meningkatkan kesetiaan pelanggan.

Seterusnya adalah daripada Joseph Moses Juran yang memperkenalkan Juran Filosofi yang mementingkan kualiti yang diperolehi. Juran menegaskan bahawa isu kualiti yang penting perlu diberi perhatian adalah keengganan untuk berubah dan juga masalah hubungan manusia. Kajian ini menegaskan tentang kepentingan untuk menjaga hubungan manusia dan kualiti berinteraksi. Selain daripada itu, teori SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithamal & Berry, (1988). SERVQUAL adalah pengurusan kualiti yang berfokuskan kepada sektor perkhidmatan. Ia dijadikan panduan asas perkhidmatan yang melibatkan interaksi manusia dalam meningkatkan kualiti dalam bidang perkhidmatan homestay di Malaysia.

Teori yang terakhir adalah berkaitan teori kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan perlu dititik beratkan kerana sekiranya pelanggan tidak berpuas hati dengan layanan yang diberikan, pelanggan tidak datang semula selepas pulang dan tidak mencadangkan perkhidmatan homestay kepada bakal-bakal pelanggan lain yang belum pernah menginap di homestay. Teori Asimilasi-Kontras diperkenalkan oleh Anderson 1973 menekankan aspek kepuasan pelanggan yang dibezakan dengan jangkaan dan juga prestasi sebenar. Maklumat yang diberikan kepada pelanggan tidak boleh berlebihan hingga membuatkan pelanggan berasa kecewa apabila tidak mendapat layanan seperti yang digembar-gemburkan. Kerangka yang dibina bertepatan dengan teori ini kerana pengkaji menekankan aspek perkhidmatan yang baik melebihi jangkaan pelanggan.

1.10 Definisi Istilah dan Operasional

Di dalam kajian ini, pengkaji memberikan definisi yang bersesuaian dengan konteks sebenar kajian yang dijalankan bagi mengelakkan kekeliruan dan salah-tafsiran. Pengkaji memilih empat istilah untuk ditafsirkan iaitu:

1.10.1 Kerangka

Dewan Bahasa dan Pustaka (2017) memberi definisi kerangka sebagai rangka-rangka kapal atau rumah, tulang rangka, lakaran, rancangan atau garis panduan, falsafah yang mendasari pembentukan teori penyelidikan, yang belum sempurna dan masih

dalam proses pembentukan. Kerangka juga di definisikan sebagai struktur, rangka manusia atau haiwan, dan juga satu set dasar yang dibentuk (Locallux, 2021). Sementara *Encyclopedia-Titanica* (2021) pula memberi definisi kerangka sebagai penyesuaian sesuatu struktur daripada beberapa elemen dalam pelaksanaan sesebuah projek yang lebih teratur dan efisien. Dalam konteks kajian ini, kerangka adalah sesuatu struktur perancangan strategik yang dibangunkan daripada beberapa domain dan elemen, digunakan sebagai panduan dalam pelaksanaan sesuatu tugas dengan lengkap, teratur dan efisien.

1.10.2 Amalan Terbaik

ThatCompany (2017) menyatakan bahawa ‘amalan terbaik’ adalah terus berkembang sebagai sesuatu yang baru dan penyelesaian yang lebih baik atau berkembang dari kesedaran yang lebih baik, teknologi baru, atau cara yang berbeza untuk melihat sesuatu. Manakala Lee, & Abdul Mutalib (2019) pula menyatakan bahawa, amalan terbaik adalah suatu kumpulan panduan, etika atau idea yang mewakili tindakan yang lebih cekap atau berhemah. Secara ringkasnya, amalan terbaik sering dinyatakan sebagai badan atau pengurusan yang bergantung kepada keadaan. Dalam konteks kajian amalan terbaik adalah sebagai satu set panduan kepada sesuatu tindakan yang perlu diamalkan agar mencapai standard yang terbaik.

1.10.3 Penyampaian Perkhidmatan Pelanggan

Penyampaian perkhidmatan pelanggan yang baik adalah, pengusaha homestay haruslah lebih memahami pelanggan serta mampu membuat pelanggan merasa selesa dengan kapasiti yang tinggi dari aspek empati dan emosi (Ismail *et al.*, 2016). Pengurusan yang efektif dalam proses penyampaian perkhidmatan adalah penting, dan setiap individu yang terlibat dalam perkhidmatan harus bersedia dengan kemahiran yang diperlukan untuk menjangka keperluan pelanggan dan harapan (Doyle, 2012). Alzydi *et al.*, (2018) menyatakan bahawa penyampaian perkhidmatan lebih kompleks dan mencabar untuk diuruskan kerana perlu menitikberatkan kepada beberapa perkhidmatan yang unik untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Dalam konteks kajian ini adalah, penyampaian perkhidmatan adalah perkhidmatan yang

dalam bentuk tidak nyata dalam melayani dan memenuhi kehendak pelanggan agar pelanggan rasa selesa, selamat dan dihargai.

1.10.4 Homestay Di Malaysia

Definisi homestay di Malaysia yang dikeluarkan oleh Kementerian Perkhidmatan Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia (2021) adalah penginapan yang menawarkan pengalaman tinggal bersama pengusaha homestay yang berdaftar dengan Kementerian Pelancongan Seni dan Budaya Malaysia, yang dipilih oleh pelancong, dapat berinteraksi, dan merasai cara hidup seharian dan budaya keluarga angkat di luar bandar. Dalam konteks kajian ini, homestay di Malaysia adalah homestay yang berdaftar dengan Kementerian Pelancongan Seni dan Budaya Malaysia, yang berkongsi ruangan peribadi rumah mereka kepada pelancong yang ingin merasai kehidupan berkeluarga (anak angkat) serta cara hidup masyarakat luar bandar dengan adat dan kebudayaan masyarakat Melayu di Malaysia.



PTTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUNKU TUN AMINAH

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.1 Pendahuluan

Beberapa aspek di dalam kajian ini dilihat daripada pelbagai konteks untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang kajian ini. Ia dapat dijadikan sebagai panduan kepada pengkaji dalam meneruskan kajian ini. Di dalam bahagian ini, pengkaji akan mengupas tentang latar belakang industri homestay yang banyak menentengahkan kehidupan desa yang penuh dengan tradisi dan adat resam yang unik dan menarik. Ia juga akan menerangkan betapa pentingnya untuk kita memelihara industri ini agar ianya lebih berkembang dan lebih berdaya saing bukan sahaja di dalam negara, bahkan di luar negara.

Bahagian ini mengupas tajuk-tajuk berkaitan dengan homestay, perkhidmatan pelanggan, penyampaian perkhidmatan, kualiti perkhidmatan serta teori-teori yang berkaitan. Kajian literatur yang dirujuk oleh pengkaji dibahagian ini adalah sebanyak 140 rujukan. 58 daripadanya adalah daripada dalam negara, manakala 82 rujukan adalah daripada luar negara. Kajian ini juga masih menggunakan kajian-kajian lama sebagai rujukan. Ini kerana, kajian-kajian lama tersebut adalah berkaitan dengan 'definisi' sesuatu terma, pembina terma atau kerangka pertama yang dibina, atau kajian asal yang penting untuk dijadikan rujukan asas. Walaubagaimanapun, rujukan-rujukan lama tersebut di sokong oleh rujukan-rujukan terbaru yang tidak melebihi 10 tahun.

2.2 Homestay di Malaysia

Malaysia sudah terkenal dengan negara beriklim panas dan lembap sepanjang tahun, dan ianya menjadikan Malaysia sangat unik dengan tarikan pantai dan pulau-

pulaunya yang cantik, gunung ganang, hutan hujan tropika dan banyak lagi. Pelancongan juga terbahagi kepada beberapa bahagian, antaranya adalah agro-pelancongan, eko-pelancongan, pelancongan berkonsepkan mesyuarat persidangan, pelancongan budaya, pelancongan pendidikan serta pelancongan Islam (Rahman 2018).

Menurut Kim (2002) sektor pelancongan mampu menjana ekonomi negara dengan baik. Sumber daripada Laporan Tahunan Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (2016), pada tahun 2015 hasil sumbangan industri pelancongan adalah sebanyak 117% bersamaan dengan RM115 bilion pendapatan yang akhirnya membawa kepada 2 juta peluang pekerjaan. Bagaimanapun, pada tahun 2017, industri pelancongan menyumbang kepada RM82.2 bilion dan sedikit meningkat pada tahun 2018 iaitu sebanyak RM84.1 billion (Shahrul Anuar, 2019). Oleh yang demikian, pihak kerajaan menjalankan berbagai-bagai usaha dalam meningkatkan pelancong asing ke dalam Malaysia. Buktinya terdapat peruntukan dana untuk projek pembangunan pelancongan dalam Rancangan Malaysia yang dibentangkan seperti dalam jadual 2.1

Jadual 2.1 : Jumlah Peruntukan Dana Pembangunan Pelancongan.

BIL	RANCANGAN MALAYSIA 5 TAHUN	PERUNTUKAN (Juta)
1	Rancangan Malaysia Pertama (1965-1970)	Tiada peruntukan
2	Rancangan Malaysia Ke-2 (1971-1975)	RM 8.59
3	Rancangan Malaysia Ke-3 (1976-1980)	RM 27.19
4	Rancangan Malaysia ke-4 (1981-1985)	RM 40.00
5	Rancangan Malaysia ke-5 (1986-1990)	RM 140.00
6	Rancangan Malaysia Ke-6 (1991-1995)	RM 533.90
7	Rancangan Malaysia Ke-7 (1996-2000)	RM 605.50
8	Rancangan Malaysia Ke-8 (2001-2005)	RM 1009.00
9	Rancangan Malaysia Ke-9 (2006-2010)	RM 1847.9

Kementerian Pelancongan ditubuhkan pada tahun 1959 di bawah Kementerian Perdagangan Malaysia (Portal Rasmi MOTEC, 2019). Kemudiannya ia ditukar menjadi Pertubuhan Pembangunan Pelancong (TDC) pada tahun 1972. TDC ditubuhkan bagi menyelaraskan, membangunkan serta mempromosikan produk pelancongan tempatan di bawah seliaan Kementerian Perdagangan dan Perindustrian

(MITI) (Munieleswar, 2015). Pada masa tersebut, misi utama kerajaan dalam membangunkan industri pelancongan adalah meningkatkan peluang pekerjaan dan pendapatan isi rumah, meningkatkan pulangan mata wang asing, meningkatkan pembangunan wilayah, meningkatkan pendapatan negara, mengembangkan ekonomi asas (Khalifah & Tahir, 1997).

Pada tahun 1987, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia berjaya mengembangkan industri pelancongan di Malaysia. Setelah itu, nama Kementerian Kebudayaan Malaysia ditukar pada tahun 1990 kepada Kementerian Kebudayaan, Kesenian, dan Pelancongan (MoCAT) sekali gus membawa kepada peningkatan daripada aspek pembiayaan, perancangan, pembiayaan, penyelarasan, peraturan dan undang-undang (Musa, 2000). Walau bagaimanapun, nama tersebut tidak juga bertahan lama. Ianya ditukarkan kepada nama Kementerian Pelancongan Malaysia (MoTour) pada tahun 2004 dengan hala tuju yang baru iaitu menyelaraskan, mengarahkan dan memastikan semua pembangunan pelancongan dan programnya dilaksanakan berdasarkan Rancangan Induk Pelancongan Negara (NTMP).

Bagaimanapun, pada tahun 2013, MoTour dinamakan semula kepada Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia (MOTAC). Ini bagi menghubungkan kembali hubungan di antara sektor pelancongan dan sektor kebudayaan yang saling berhubung bagi menyokong usaha kerajaan dalam mempromosikan pelancongan Malaysia agar selari dengan slogan utamanya iaitu 'Malaysia Truly Asia'. Walaubagaimanapun, pada tahun 2018 kementerian tersebut bertukar pula kepada nama baru dan diumumkan oleh YAB Perdana Menteri sewaktu pembentukan kabinet iaitu Kementerian Seni dan Budaya Malaysia (Portal Rasmi MOTAC, 2019).

Program homestay di Malaysia bermula daripada rentetan seorang wanita tempatan yang lebih dikenali sebagai Mak Long menyediakan perkhidmatan penginapan, sarapan dan makan malam di rumah kampungnya yang terletak di Kampung Cherating Lama di Pahang pada awal tahun 1970an (Hamzah & Ismail, 2003). Selepas kedatangan pelajar daripada Jepun ke Malaysia atas satu program pertukaran pelajar, konsep homestay telah berubah daripada hanya menyediakan penginapan dan makanan kepada aktiviti komuniti di mana pelajar perlu tinggal bersama keluarga angkat dan melibatkan diri dalam aktiviti desa. Program tersebut di bawah seliaan Pengerusi Persatuan Homestay Malaysia, Tuan Haji Shariman.

Setelah itu, Program Homestay di ambil alih oleh Kementerian Pertanian sebagai faktor pemangkin kawasan luar bandar (Ibrahim & Razzaq, 2010).

Pada tahun 1988, program Homestay di Malaysia mula diperkenalkan oleh Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia sebagai usaha untuk mempelbagaikan produk pelancongan melalui penawaran penginapan alternatif kepada pelancong dan pada tahun 1995 ia di lancarkan secara rasminya di Temerloh Pahang, sebagai usaha untuk meningkatkan lagi pendapatan luar bandar (SME Annual Report 2009/10). Pada tahun 1988, program Homestay di Malaysia mula diperkenalkan oleh Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia sebagai usaha untuk mempelbagaikan produk pelancongan melalui penawaran penginapan alternatif kepada pelancong dan pada tahun 1995 ia di lancarkan secara rasminya di Temerloh Pahang, sebagai usaha untuk meningkatkan lagi pendapatan luar bandar (SME Annual Report 2009/10).

Asalnya 'inap desa' adalah istilah yang di gunakan dalam konteks pelancongan yang merujuk kepada 'homestay' berserta beberapa kriteria yang ditetapkan oleh kerajaan Malaysia dan ia berbeza dengan homestay dalam konteks pelancongan di negara lain. Istilah inap desa masih baru diperkenalkan berbanding istilah homestay yang telah lama digunakan dengan lebih meluas (Ahmad, *et al.*, 2011). Walaubagaimanapun istilah tersebut kemudiannya ditukar semula kepada 'homestay' kerana kefahaman berkaitan perkataan 'homestay' lebih meluas di dalam dan luar negara.

Maksud sebenar homestay masih baru dan kurang jelas. Ia perlu diperjelaskan dengan lebih terperinci lagi berikutan ia wujud dengan kedatangan pelancong ke sebuah lokasi pelancongan pilihan secara tidak sengaja (Abdullah *et al.*, 2013). Lanier & Berman (1993) dalam kajiannya menyatakan bahawa konsep homestay dapat di jelaskan sebagai bilik persendirian yang tidak digunakan di dalam rumah, disewakan untuk menambah pendapatan dan kenalan. Merriam Webster Corporation, (2002) memberi takrifan homestay sebagai pengunjung daripada luar negara tinggal bersama- sama pengusaha homestay tempatan. Weissinger (2000), menerangkan maksud guest house adalah pemilik menyewakan bilik tidur rumahnya kepada pelancong dan bilik air pula selalunya di kongsi bersama-sama tetamu lain atau keluarga di situ.

Lama, *et al.*, (2013) mendefinisikan homestay sebagai 'pengunjung yang menyewa penginapan daripada daripada penduduk setempat untuk mempelajari

kehidupan desa, adat resam dan bahasa masyarakat setempat'. Sementara itu, *Merriam Webster Dictionary* pula mendefinisikan homestay sebagai 'pengunjung daripada luar negara tinggal bersama-sama dengan penduduk tempatan pada sesuatu jangka masa tertentu'. Lynch (2003) memberikan tafsiran homestay sebagai pengunjung membayar secara terus atau tidak terus untuk sebuah rumah persendirian kepada pengusaha penginapan yang tinggal bersama-sama, sama ada perkongsian ruangan rumah terhad atau tidak terhad.

Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia iaitu penginapan homestay yang berdaftar dengan Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia bagi menempatkan pengunjung di rumah pengusaha homestay dan berkongsi ruangan awam rumah bersama-sama untuk berinteraksi dengan masyarakat setempat dan mengalami gaya hidup seharian kehidupan di desa. Walau bagaimanapun, terdapat berbagai istilah-istilah homestay yang di gunakan di negara-negara lain.

Antara istilah yang di gunakan untuk menerangkan jenis penginapan di bawah sektor pelancongan, antaranya adalah 'bed and breakfast (B&B)' yang banyak digunakan di United Kingdom, North America, Australia dan Taiwan (Wang & Hung, 2015). Sementara itu, di United States pula terkenal dengan istilah 'guest houses' dan di Negara Eropah ia di kenali sebagai 'pensiones'. Walaubagaimanapun, istilah 'en suite' digunakan di Ireland tetapi dengan sedikit perbezaan iaitu menggunakan bilik air persendirian. China menggunakan nama 'rural home-inn' di dalam perniagaan berskala-kecil (Wang & Hung, 2015).

Sementara itu, istilah 'farmhouse' pula digunakan di Australia (Weissinger, 2000). Di United Kingdom terdapat sebuah tradisi yang menyediakan makanan dan minuman kepada peladang-peladang sehingga wujudnya percutian berasaskan-perladangan serta menjadikan pelancongan salah satu bentuk kepelbagaian perniagaan yang utama kepada peladang-peladang setempat. Kepelbagaian definisi, konsep dan fokus homestay yang berbeza juga membawa maksud fungsi homestay yang berbeza mengikut negara (Ahmad, *et al.*, 2011). Faktor kualiti homestay menjadi salah satu yang perlu dititik beratkan (Hensens, 2015).

Idea memperkembangkan industri homestay adalah untuk mengurangkan jurang antara bandar dan luar bandar. Industri yang menggabungkan kombinasi pelancongan dan rekreasi ini berkembang akibat daripada peningkatan permintaan untuk akses kepada kawasan luar bandar, keinginan untuk bersendirian tanpa

RUJUKAN

- Abd Based, J. (2014). Pembelajaran Informal dalam kalangan guru mata pelajaran Teknologi Kejuruteraan. Universiti Teknologi Malaysia: Tesis PhD.
- Abd Jabar, F., Mad Dangi, M. R., & Azwan Muhamed, M. F. A. (2018). Malaysian Homestay Operators And Visitors' Satisfaction: Servqual Analysis. IEBMC 2017. 8th International Economics and Business Management Conference. The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. Kuantan, Pahang: Future Academy. pp. 2357-1330.
- Abdul Geni, S. S. (2016). Panduan Perkhidmatan Pelanggan 1Serve (Kaunter). Putrajaya. NBOS Jabatan Perkhidmatan Awam.
- Abdul Razzaq, A. R., Tan, K. H., Mustafa, M. Z., & Bokhari, N. (2017). The Secret to A Successful Homestay Development: Lesson from Miso Walai Homestay (MWH) Kinabatangan Sabah, Malaysia. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 25, 163-170.
- Abdullah, H., Wahab, S., Shahibi, M. S., Malim, M. R., & Ali, J. (2013). Model Integrasi Indeks Utama Prestasi (MIIUPA-KPIAs) Agensi Payung Industri Homestay Melayu Malaysia. *Jurnal Pemikiran dan Kepimpinan Melayu*, 53-71.
- Abu-El Samen, A., Akroush, M., & Abu-Lail, B. (2013). Mobile SERVQUAL A Comparative Analysis Of Customers' and Managers' Perceptions Amjad. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 30(4), 403-425.
- Abu-ELSamen, A. A., Akroush, M. N., Al-Khawaldeh, F. M., & Al-Shibly, M. S. (2011). Towards An Integrated Model Of Customer Service Skills And Customer Loyalty: The Mediating Role Of Customer Satisfaction. *International Journal Of Commerce And Management*, 21(4), 349-380.

- Abun, D., Magallanes, T., & Incarnacion, M. (2019). College Students' Cognitive and Affective Attitude toward Higher Education and Their Academic Engagement. *International Journal of English, Literature and Social Science (IJELS)*, 4(5), 1494-1507.
- Affizah, A. D., & Melissa, W. (2017). Sustainable Community Development Through Homestay Programme. *Journal of Public Administration and Governance*, 7(1), 71-86.
- Ahmad, M. Z., Ibrahim, J. A., & Zakaria, N. (2011). Inap Desa Sebagai Satu Agen Pembangunan Sosioekonomi Komuniti: Menelusuri Perspektif Pelajar-Pelajar Pengurusan Pelancongan UUM. *Prosiding Perkem VI, JILID 2*. Melaka, Malaysia: Universiti Kebangsaan Malaysia. 481-493.
- Ahmad, S. Z., Ahmad, N. & Papastathopoulos, A. (2018). Measuring Service Quality And Customer Satisfaction Of The Small- And Medium-Sized Hotels (Smshs) Industry: Lessons From United Arab Emirates (UAE). *Tourism Review*, 73(3), 349-370. Dicapai pada 18, April 2019, <https://doi.org/10.1108/TR-10-2017-0160>
- Alex, A. N., (2016). Pembangunan Pengurusan Homestay Di Keningau, Sabah. Dicapai pada 18 April 2019, https://www.academia.edu/24269352/PEMBANGUNAN_PENGURUSAN_HOMESTAY_DI_KENINGAU_SABAH
- Alexander, W. L., Dayal, S., Dempsey, J. J., & Vander Ark, J. D. (2002). The Secret Life Of Factory Service Centers: For a Lucrative New Source Of Revenues, Profits, And Market Information, Manufacturers Need Look No Further Than Their Own Repair Shops. *The McKinsey Quarterly*, 107-116.
- Alhkami, A. A. & Alarussi, A. S. (2016). Service Quality Dimensions And Customer Satisfaction In Telecommunication Companies. *Asian Journal of Business and Management*, 4(3), 117-126.
- Alhojailan, M. I. (2012). Thematic Analysis: A Critical Review Of Its Process And Evaluation. *West East Journal of Social Sciences*, 1(1), 39-47.
- Ali, F., Dey, B. L., & Filieri, R. (2015). An Assessment Of Service Quality And Resulting Customer Satisfaction In Pakistan International Airlines: Findings From Foreigners And Overseas Pakistani Customers. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 32(5), 486-502.

- Alzaydi, Z. M., Al-Hajla, A., Nguyen, B., & Jayawardhena, C. (2018). A review of service quality and service delivery. *Business Process Management Journal*. 24(1). 295-328.
- Anderson, R. E. (1973). Consumer Dissatisfaction: The Effect Of Disconfirmed Expectancy On Perceived Product Performance. *Journal Of Marketing Research*, 10(1), 38-44.
- Anderson, R. E. (1973). The Effect of Disconfirmed Expectancy on Product Performance, *Journal of Marketing, Research*, 10, 38-44.
- Aref, F., Redzuan, M. R., & Gill, S. S. (2010). Dimensions of community capacity building: A review of its implications in tourism development. *Journal of American Science*, 6(1), 172-180.
- Arifin, A. (2013). Kesiediaan masyarakat dalam pembangunan program homestay. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia: Tesis PhD
- Aris, A. (2012). Kerajaan Menggalakan Usaha Memajukan Industri Perlancongan. Dicapai pada 23, Mei 2017, <http://ekspresi11.wordpress.com/2012/12/02/kerajaanmenggalakkan-usaha-memajukan-industri-pelancongan/>
- Atkinson, K. E. (1997). The numerical solution of integral equations of the second kind (Vol. 4). Cambridge university press.
- Australia Government Official Site (2017). Manage Customer Relationship: Department of Industry, Innovation and Science AU. Dicapai pada 23, Mei 2017, <https://www.business.gov.au/info/plan-and-start/start-your-business/what-is-customer-service/manage-customer-relationships>
- Ayob A. M. (1995). Kaedah Penyelidikan Sosial Ekonomi. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Aziz, A. A., Masodi, M. S., & Zaharim, A. (2013). Asas model pengukuran Rasch: pembentukan skala dan struktur pengukuran. Selangor Malaysia: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Bahari, S. S. dan (2018). Tourist Perception Towards Kota Klias, Beaufort, Sabah As A Tourism Destination. *Journal of Hospitality and Networks*, 1(1), 66-75.
- Balila, J. S., Burce, A. L., Estapon, D. T., & Baret, R. R. (2018). Customer Satisfaction of the Public Safety Department of the Adventist University of the Philippines. *Research Journal*, 21(1) 35.



PTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUN HUSSEIN ONN

- Basler, R. (2018). 8 Ways to Use Greeting Cards to Build Customer Loyalty. United State. Dicapai pada 24, Mei 2017, <https://customerthink.com/8-ways-to-use-greeting-cards-to-build-customer-loyalty/>
- Bavani, S., Lehsius, N. F., Sangka, J. A., Ahmad, A., Kassim, A., & Ibrahim, R. (2015). Visitor satisfaction of kanchong darat homestay, selangor—a case study. Proceeding 5th International Symposium 2015 – IntSym 2015, SEUS. 333-31. Sri Lanka: South Eastern University of Sri Lanka.
- Bazeley, P. (2013). Qualitative data analysis: Practical strategies. Carlifornia: Sage.
- Benkler, Y. (2006). The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom. London: Yale University Press.
- Berezan, O., Yoo, M., & Christodoulidou, N. (2016). The impact of communication channels on communication style and information quality for hotel loyalty programs. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7(1), 100-116.
- Bernama (Bernama, 2018, Disember 6). Malaysia Kekal Rekod 10 Negara Destinasi Pelancongan Terbaik Dunia 2018. Astro Awani. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/malaysia-kekal-rekod-10-negara-destinasi-pelancongan-terbaik-dunia-2018-192907>
- Besterfield, D.H. (1999). Total Quality Management. 2nd Ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Bhan, S., & Singh, L. (2014). Homestay tourism in India: Opportunities and challenges. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3(2), 1–5.
- Bharwana, T. K., Bashir, M., & Mohsin, M. (2013). Impact of service quality on customers' satisfaction: A study from service sector especially private colleges of Faisalabad, Punjab, Pakistan. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(5), 1-7.
- Bhattacharjee, D., Gilson, K. & Yeon, H. (2016). Putting behavioral psychology to work to improve the customer experience. Dicapai pada 15, November 2017, <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/putting-behavioral-psychology-to-work-to-improve-the-customer-experience>
- Bhuiyan N., & Baghel, A. (2005). An overview of continuous improvement: from the past to the present. *Management Decision*, 43, 761-771.



PTTA UTHM
 PERPUSTAKAAN TUNKU TUN AMINAH

- Bhuiyan, M. A. H. (2019). Homestay for Community Based Tourism Development at Kampung Jelawang in Kelantan, Malaysia. *SocialSCI Journal*, 3. 2581-6624.
- Bhuiyan, M. A. H., Siwar, C., & Ismail, S. M. (2013). Socio-economic impacts of home stay accommodations in Malaysia: A study on home stay operators in Terengganu State. *Asian Social Science*, 9(3), 42.
- Bhuiyan, M. A. H., Siwar, C., Ismail, S. M., & Islam, R. (2011). The role of home stay for ecotourism development in east coast economic region. *American Journal of Applied Sciences*, 8(6), 540-546.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, *Service Marketing*. 3rd Ed. New Delhi: Tata McGraw Hill.
- Bobanovic, M. K., & Grzinic, J. (2011). The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employees perceptions in Croatia. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 2(4), 10-23.
- Bond, T. G. & Fox, C. M. (2007). *Applying The Rasch Model: Fundamental Measurement In The Human Sciences*. 2nd Ed. New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates. pp 200-225.
- Brandel, D. (2018). *Student and Intervention Characteristics as Predictors of Response to School Engagement Interventions in the 6th Grade*. University of Oregon: Thesis PhD.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis In Psychology. *Qualitative Research In Psychology*, 3(2), 77-101.
- Brocato, E. D., Voorhees, C. M., & Baker, J. (2012). Understanding The Influence Of Cues From Other Customers In The Service Experience: A Scale Development And Validation. *Journal of Retailing*, 88(3), 384-398.
- Brook, R., & Servátka, M. (2016). The Anticipatory Effect Of Nonverbal Communication. *Economics Letters*, 14(4), 45-48.
- Bucak, T. (2014). The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction: A Research On Hotel Businesses. *International Journal of Education and Research*, 2(1), 1-12.



PTTA AUTHM
PERPUSTAKAAN TOKKIL TUN AMINAH

- Buletin Motuor, (Dis, 2012). Tourism and Sustainable Energy. Powering Sustainable Development and Wealth Creation: Kementerian Pelancongan Malaysia dan Kebudayaan Malaysia. Dicapai pada 10, Disember 2015
<http://www.motour.gov.my/perkhidmatan/penerbitan/buletin-1motac/send/7-buletin-1motac/24-buletin-1motour-isu-okt-dis-2012>
- Buletin Motuor, (Sept, 2013). Celebrating 1Malaysia Truly Asia. Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia.: Kementerian Pelancongan Malaysia dan Kebudayaan Malaysia. Dicapai pada 10, Disember 2015
<http://www.motour.gov.my/perkhidmatan/penerbitan/buletin-1motac/send/7-buletin-1motac/22-buletin-1motour-isu-jul-sept-2013>
- Bunimin, J. (2016). Model Konsep Pembangunan Profesionalisme Tenaga Pengajar Kolej Vokasional Malaysia. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia: Tesis Ph.D.
- Buntat, Y., & Ahamad, L. (2011). Inovasi Pengajaran Dan Pembelajaran Dalam Kalangan Guru-Guru Teknikal Di Sekolah Menengah Teknik Dari Perspektif Guru. *Journal of Technical, Vocational & Engineering Education*, 6, 44-58.
- Burnett, D. G. (2001). *Masters Of All They Surveyed: Exploration, Geography, And a British El Dorado*. University of Chicago Press.
- Campbell, D. T. , & Fiske, D. W. (1959). Convergent And Discriminant Validation By The Multitrait-Multimethod Matrix. *Psychological Bulletin*, 56(2): 81-105.
- Chamber, O. (2014). The five dimensions of service excellence. Dicapai pada 24, Disember 2015, <https://thevoice.ottawachamber.ca/2014/10/14/the-five-dimensions-of-service-excellence/>
- Chapman, A. (2014). Emotional Intelligence (EQ). *BusinessBalls*. Dicapai pada 25, April 2016, <https://www.businessballs.com/building-relationships/emotional-intelligence-eq/>
- Chen, C. M., Lee, H. T., Chen, S. H., & Huang, T. H. (2011). Tourist Behavioural Intentions In Relation To Service Quality And Customer Satisfaction In Kinmen National Park, Taiwan. *International Journal Of Tourism Research*, 13(5), 416-432.
- Chen, C. Y., Sok, P., & Sok, K. (2007). Exploring Potential Factors Leading To Effective Training: An Exclusive Study On Commercial Banks In Cambodia. *Journal of Management Development*. 26(9), 843-856.



PTA UTHM
 PERPUSTAKAAN TUN AMINAH

- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (2000). The Development And Validation Of The Intercultural Sensitivity Scale. *Human Communication*, 3,1-15.
- Cheng, K., & Shih, C. (2010). Minimizing Service Failure In Sports Centers With The Six Sigma Methodology. *The Business Review*, Cambridge, 14, 128-133.
- Chin, C. H., Lo, M. C., Sogan, P., Nair, V. (2014). Rural Tourism Destination Competitiveness: a Study On Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 144, 35-44.
- Chou, Y. T., & Wang, W. C. (2010). Checking Dimensionality In Item Response Models With Principal Component Analysis On Standardized Residuals. *Educational And Psychological Measurement*, 70(5), 717-731.
- Choudhary, A. I., Asif, M., Choudhry, R. M., Siddique, Z., & Mughal, A. (2011). Impact Of After Sale Service Characteristics On Customer Satisfaction. *Information Management And Business Review*, 3(6), 360-365.
- City of Salibury, (2012). Customer Service Framework. Retrieved from file:///C:/Users/User/Downloads/customer_service_framework_final%20(6).pdf
- Clark, D. (2020). Why are Product Knowledge and Attitude Important in Customer Service? Kallidus Group. Dicapai pada 25 Februari 2021, <https://www.engageinlearning.com/faq/customer-service/why-are-product-knowledge-and-attitude-important-in-customer-service/>
- Cohen, J. (1960). A Coefficient Of Agreement For Nominal Scales. *Educational And Psychological Measurement*, 20(1), 37-46.
- Cohen, L. J. (2011). *An essay on belief and acceptance*. Oxford University Press.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K., (2000). *Research Methods in Education*. 5th Ed. London: Routledge Falmer.
- Cohen, R. J. & Swedlik, M. E. (2002). *Psychological Testing And Measurement: An Introduction To Test And Measurement*. 5th Ed. New York: Mcgraw Hill.
- Collins, P. (1994). Approaches to quality. *TQM Journal*, 6(1), 39-39.
- Creswell, J. W, & Clark P. V. L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design. Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative And Mixed Methods Approaches*. London: Sage Publications.



- Creswell, J., Klassen, A. C., Clark, V. L. P., Smith, K. C., & Meissner, H. I. (2012). Best Practices In Mixed Methods For Quality Of Life Research. *Quality Of Life Research*, 21(3), 377-380.
- Cristea, M., (2020). What You Need to Learn About Theories of Customer Satisfaction and Loyalty. *Business Review*. Dicapai pada 28, Mac 2021, <https://business-review.eu/business/what-you-need-to-learn-about-theories-of-customer-satisfaction-and-loyalty-214366>
- Cua, K. O., Mckone-Sweet, K. E., & Schroeder, R. G. (2006). Improving Performance Through An Integrated Manufacturing Program. *The Quality Management Journal*, 13(1), 45-60.
- Dahlberg G, Moss P and Pence A (2013) *Beyond Quality in Early Childhood Education and Care: Languages of Evaluation*. 3rd ed. London: Routledge
- De Bruyn, A., & Prokopec, S. (2017). Assimilation-contrast theory in action: Operationalization and managerial impact in a fundraising context. *International Journal of Research in Marketing*, 34(2), 367-381.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Cambridge, MA: MIT Center for Advanced Engineering Study.
- Department of Human Resource (2009). *Customer Service*. Los Angeles. Dicapai pada 25, Mac 2016, <http://hr.lacounty.gov/wpcontent/uploads/2015/09/CustomerServiceGuide20091208.pdf>
- Dewan Bahasa & Pustaka (2017). *Kamus Bahasa Melayu: Definisi Kerangka*. Dicapai pada 2, Mac 2018, <https://prpm.dbp.gov.my/cari1?keyword=kerangka>
- Dimensional Research (2013). *Customer Service And Business Results: A Survey Of Customer Service From Mid-Size Companies*. Dicapai pada 25, Mac 2016, https://d16cvnquvjw7pr.cloudfront.net/resources/whitepapers/Zendesk_WP_Customer_Service_and_Business_Results.pdf
- Dobrescu, T., & Lupu, G. S. (2015). The Role of Nonverbal Communication in the Teacher-pupil Relationship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 180, 543-548.
- Doyle, A. C. (2012). *Memories and adventures*. Cambridge University Press.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. New York: Harcourt, Brace, & Janovich.



PT TAA UTHM
 PERPUSTAKAAN TUNKU TUN MINAH

- Edmund, M., & Juran, J. M. (2008). The architect of quality: Joseph M. Juran 1904-2008. *Quality Progress*, 41(4), 20.
- Effandy, N. N. S., (2011). A study of tourist satisfaction using service quality dimensions for homestay ventures in Labuan. Universiti Malaysia Sabah: Thesis PhD.
- Ekinci, Y., dan Riley, M. (2003). An Investigation of Self-concept: Actual and Ideal Self-congruence Compared in the Context of Service Evaluation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10, 201-214.
- El-Hinnawi, M. (2019). Building Human Relationships and Driving Customer Value. *CustomerThink*. Dicapai pada 15, Mei 2020, <https://customerthink.com/building-human-relationships-and-driving-customer-value/>
- Encyclopedia-Titanica (2021). Rangka Kerja: Untuk Apa, Teknologi dan Inovasi. Dicapai pada 13, Mei 2021, <https://ms.encyclopedia-titanica.com/framework>
- Engage Collen Francis (2014). Non-Stop Sales Boom: Building Rapport. *Engage Selling Solution*. Dicapai pada 24, Mac 2016, <https://www.engageselling.com/blog/building-rapport-style-before-substance/>
- Erazo, M. A. C., Ramírez, S. I. M., Encalada, M. A. R., Holguin, J. V., & Zou, J. H. (2019). English language skills required by the hospitality and tourism sector in El Oro, Ecuador. *Theory and Practice in Language Studies*, 9(2), 156-167.
- Eshetie, S. K., Seyoum, W., & Ali, S. H. (2016). Service quality and customer satisfaction in hospitality industry: The case of selected hotels in Jimma Town, Ethiopia. *Global journal of management and business research.*, 16(5), 73-86.
- Evans, J. S. B. (2008). Dual-processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition. *Annu. Rev. Psychol.*, 59, 255-278.
- Failter Ireland (2013). How To Provide Customer Service Excellence: Business Tools. Dicapai pada 24 Mac 2016 http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/2_Develop_Your_Business/1_StartGrow_Your_Business/How_to_Provide_Customer_Service_Excellence.pdf
- Fedrick, G. (2004). Strategic Relationships Strengthen Procurement Process. *Passenger Transport*. 62(20), 6.



- Fisher, A. (2001). Winning the battle for customers. *Journal of Financial Services Marketing*, 6(1), 77-83.
- Fleiss, J. L. (1971). Measuring Nominal Scale Agreement Among Many Raters. *Psychological Bulletin*, 76(5), 378.
- Fornerino, M., & d'Hauteville, F. (2010). How good does it taste? Is it the product or the brand? A contribution to brand equity evaluation. *Journal of product & brand management*, 19(1), 34-43.
- Fraenkel, J. R. And Wallen, N. E. (1996). *How to Design and Evaluate Research in Education*. 3rd Ed. New York: Mc Graw-Hill.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education*. 8th Ed. New York, NY: McGraw-Hill.
- Fraser, K., Watanabe, C., & Hvolby, H. H. (2013). Commitment to service quality in automotive dealerships: Results from an Australian pilot study. *Journal of services research*, 13(1), 7.
- Fredricks, J. A., Blumenfeld, P. C., & Paris, A. (2004). School engagement: Potential of the concept: State of the evidence. *Review of Educational Research*, 74 , 59–119.
- French, P., Psychol, C., Yin-yo ho & Lee, L. S. (2002). A Delphi Survey Of Evidence-Based Nursing Priorities In Hong Kong. *Journal of Nursing Management*, 10, 265–273.
- Freshdesk (2018). The Psychology of Great Customer Experience. Dicapai pada 4, Jun 2020, <https://freshdesk.com/customer-support-software/psychology-customer-experience-blog/>
- Frone, M. R., Yardley, J. K., & Markel, K. S. (1997). Developing And Testing An Integrative Model Of The Work–Family Interface. *Journal Of Vocational Behavior*, 50(2), 145-167.
- Fukey, L. N., Issac, S. S., Balasubramanian, K., & Jaykumar, V. (2014). Service Delivery Quality Improvement Models: a Review. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 144, 343-359.
- Gallarza, M. G., & Saura, I. G. (2006). Value Dimensions, Perceived Value, Satisfaction And Loyalty: An Investigation Of University Students' Travel Behaviour. *Tourism Management*, 27(3), 437-452.



PTTA UTHM
 UNIVERSITI TEKNIKAL MALAYSIA MELAKA

- Garcia-Santillan, A., Moreno-García, E., Carlos-Castro, J., Zamudio-Abdala, J. H., & Garduño-Trejo, J. (2012). Cognitive, Affective And Behavioral Components That Explain Attitude Toward Statistics. *Journal Of Mathematics Research*, 4(5), 8.
- Garrison, R. (2000). Theoretical Challenges For Distance Education In The 21st Century: A Shift From Structural To Transactional Issues. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 1(1).
- Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. (2006). *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*. Columbus: Merrill Greenwood.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 11.0 update*. 4th Ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Getty, J. M., & Getty, R. L. (2003). Lodging quality index (LQI): assessing customers' perceptions of quality delivery. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 15(2), 94-104.
- Ghapar, A. A., & Jamal, S. (2015). The Role of Government on Community Resilient in the Homestay Industry in Malaysia. *Tourism, Leisure and Global Change*, 2(1), 30-41.
- Gimmack, P. (2017). 7 Essentials For Emotionally Intelligent Customer Service. *Hrzone*. United Kingdom. Dicapai pada 8, Jun 2018, <https://www.hrzone.com/engage/customers/7-essentials-for-emotionally-intelligent-customer-service>
- Goetsch, David L., Stanley B. Davis, (2000). *The Total Quality Approach to Quality Management*. 3rd Ed. New Jersey: Prentice Hall
- Goodyear (2010). *Building Customer Rapport: Self-Training Workbook*. Goodyear Reward Plus Program. Dicapai pada 8, Jun 2018, http://cdnmedia.endeavorsuite.com/images//organizations/4fb40339-3877-4361-975b-c7d9d3161ed5/T&S_Network_Building_Customer_Rapport.pdf
- Gorn, G. J., Jiang, Y., & Johar, G. V. (2008). Babyfaces, Trait Inferences, And Company Evaluations In a Public Relations Crisis. *Journal of Consumer Research*, 35(1), 36-49.
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor Analysis (2nd Ed.)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gregory, A (2019). 9 Tips for Providing Excellent Customer Service. *Dotdash*. Dicapai pada 25, Jun 2020, <https://www.thebalancesmb.com/providing-excellent-customer-service-2951744>



PTTA UTHM
 PERPUSTAKAAN TUN KAMINAH

- Gupta, C. (2021). What is customer satisfaction? (And how to achieve it). Zendesk. Dicapai pada 25, Mei 2021, <https://www.zendesk.com/blog/3-steps-achieving-customer-satisfaction-loyalty/>
- Gustafsson, A., & Johnson, M. D., (2003). Competing in a service economy: how to create a competitive advantage through service development and innovation (Vol. 37). John Wiley & Sons.
- Gustafsson, A., Kristensson, P., & Witell, L. (2012). Customer co-creation in service innovation: a matter of communication?. *Journal of Service Management*, 23(3), 311-327.
- Hajibabae, F., Farahani, M. A., Ameri, Z., Salehi, T., & Hosseini, F. (2018). The relationship between empathy and emotional intelligence among Iranian nursing students. *International journal of medical education*, 9, 239.
- Haksever, C., Render, B., Russell, R. S., & Murdick, R. G. (2000). *Service Management and Operations*. 2nd Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Hammersley, M. (1990). What's wrong with ethnography? The myth of theoretical description. *Sociology*, 24(4), 597-615.
- Hamzah, A., & Ismail, H. N. (2003). As assessment of the socio-economic impact of the homestay programme at kampung Banghuris, Sepang, Selangor. Universiti Teknologi Malaysia: Thesis PhD (Unpublished)
- Hamzah, A., & Khalifah, Z. (2009). Handbook on Community Based Tourism: "how to Develop and Sustain CBT". APEC Secretariat.
- Hamzah, A., & Mohamad, N. H. (2012). Critical success factors of community based ecotourism: Case study of Miso Walai Homestay, Kinabatangan, Sabah. *The Malaysian Forester*, 75(1), 29-42.
- Hamzah, A., & Mohamad, N. H. (2012). Critical success factors of community based ecotourism: Case study of Miso Walai Homestay, Kinabatangan, Sabah. *The Malaysian Forester*, 75(1), 29-42.
- Harver, B. V. (2018). 21 Key Characteristics of Customer Service Employees (And How To Assess Them). Dicapai pada 27, Mei 2017, <https://harver.com/characteristics-of-customer-service/>
- Hassan, A. (2012). Instrumen penilaian pembimbing dalam pelaksanaan pembelajaran berasaskan kerja pelajar di industri. Universiti Teknologi Malaysia: Tesis PhD.

- Hassan, I. A. Y., & Ali, I. (2013). Customer Service And Organizational Growth Of Service Enterprise In Somalia. *Educational Research International*, 2(2), 79-88.
- Hensens, W. (2015). The future of hotel rating. *Journal of Tourism Futures*, 1(1), 69-73.
- Hensens, W., Struwing, M., & Dayan, O. (2010, October). Guest-review criteria on TripAdvisor compared to conventional hotel-rating systems to assess hotel quality. *Passion for Hospitality Excellence: European Council on Hotel, Restaurant & Institutional Education 2010 Conference Proceedings*. USA: EuroCHRIE. pp. 1-12.
- Hill, S., & Wilkinson, A. (1995). In search of TQM. *Employee Relations*, 17(3), 8-25.
- Hoang, A. (2011). Employees' Perception of the Role of Communication with Customers in Service Encounters. University of Gothenburg: Master Thesis.
- Hoe, J., Katona, C., Orrell, M., & Livingston, G. (2007). Quality of life in dementia: care recipient and caregiver perceptions of quality of life in dementia: the LASER-AD study. *International Journal of Geriatric Psychiatry: A journal of the psychiatry of late life and allied sciences*, 22(10), 1031-1036.
- Homestay [Def. 1]. (n.d.). In Merriam Webster Online, Retrieved from <http://www.merriam-webster.com/dictionary/homestay>.
- Hovland, C., Harvey, O., & Sherif, M. (1957). Assimilation and contrast effects in reaction to communication and attitude change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55(7), 244-252.
- Hovland, C.I., Harvey, O.J. & Sherif, M.C. (1957). Assimilation and contrast effects in reactions to communication and attitude change, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55: 244-252.
- Hui, T. K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism management*, 28(4), 965-975.
- Hussin, R., & Kunjuraman, V. (2014). Pelancongan Mapan Berasaskan Komuniti (Cbt) Melalui Program Homestay di Sabah, Malaysia. *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space*, 10(3), 160-174.
- Ibrahim, Y. & Ahmad, N., (2014). Keusahawanan Dan Daya Saing Usahawan Melayu Di Sektor Pelancongan. *Jurnal Pengajian Melayu*, 15, 16-33.
- Ibrahim, Y. (2004). Homestay programme in Malaysia: development and prospect. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 3(1), 65-75.



- Ibrahim, Y., & Razzaq, A. R. A. (2010). Homestay Program And Rural Community Development In Malaysia. *Journal of Ritsumeikan Social Sciences and Humanities*, 2, 7-24.
- Idris, N. 2010. *Penyelidikan dalam pendidikan*. Kuala Lumpur: Mc Graw Hill Education.
- IH&RA, W. T. O. (2004). The joint WTO & IH&RA study on hotel classification. URL (consulted August, 2009). Dicapai pada 22 Julai 2017 http://www.ih-ra.com/marketplace/WTO_IHRA_Hotel_classification_study.pdf.
- Isac, F. L., & Rusu, S. (2014). Theories of consumer's satisfaction and the operationalization of the expectation disconfirmation paradigm. *Economy Series*, 2(2), 82-88.
- Ismail, A., Abdullah, M. M. B., & Francis, S. K. (2009). Exploring The Relationships Among Service Quality Features, Perceived Value And Customer Satisfaction. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 2(1), 230-250.
- 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.
- ISS Group, (2015). *Group Annual Reports*. Dicapai pada 5, July 2017, www.annualreport.issworld.com/2015/
- Jamaludin, M., Othman, N., & Awang, A. R. (2012). Community Based Homestay Programme: A Personal Experience. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 42, 451-459.
- Jasinskas, E., Streimikiene, D., Svagzdiene, B., & Simanavicius, A. (2016). Impact of Hotel Service Quality on The Loyalty Of Customers. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 29(1), 559-572.
- Jones, E., & Keppler, P. (2008). Improving Customer Service And Communication Skills In Public Works: Learning When To Say'No'Without Closing Doors. *Journal of Public Works & Infrastructure*, 1(2).
- JPA, (2015). *Laporan Tahunan 2015 Jabatan Perkhidmatan Awam: Peneraju Transformasi Perkhidmatan Awam*. Dicapai pada 20, Jun 2018, <https://docs.jpa.gov.my/docs/pnerbitan/ltahunan/lp2015.pdf>
- Juran, J. M. (1951). *Juran's Quality Control Handbook*. New York: McGraw Hill.



PTIAUTHM
PUSAT PENYELIDIKAN DAN PENKAJIANNYA

- Kamis, A., Bakar, A. R., Hamzah, R., Asimiran, S. A., & Norhaily, A. (2013). Competency assessment of clothing fashion design: rasch measurement model for construct validity and reliability. *Journal of Technical Education and Training*, 5(2).
- Karatepe, O. M., & Sokmen, A. (2006). The Effects Of Work Role And Family Role Variables On Psychological And Behavioral Outcomes Of Frontline Employees. *Tourism management*, 27(2), 255-268.
- Karunaratne, W. M. K. K., & Jayawardena, L. N. A. C. (2010). Assessment of Customer Satisfaction in a Five Star Hotel-A Case Study. *Tropical Agricultural Research*, 21(3), 258-265.
- Kasiri, L. A., Cheng, K. T. G., Sambasivan, M., & Sidin, S. M. (2017). Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 91-97.
- Kasuma, J., Esmado, M. I., Yacob, Y., Kanyan, A., & Nahar, H. (2016). Tourist perception towards homestay businesses: Sabah experience. *Journal of Scientific Research and Development*, 3(2), 7-12.
- Kau, A. K., & Loh, W. E. (2006). The effects of service recovery on consumer satisfaction: a comparison between complainants and non-complainants. *Journal of Services Marketing*, 20(2), 101-111.
- Kayat, K. (2007). Customer orientation among rural home stay operators in Malaysia. *ASEAN journal on Hospitality and Tourism*, 6(2), 65-78.
- Kayat, K., & Nor, N. A. M. (2006). Penglibatan Ahli Komuniti Dalam Program Pembangunan Komuniti: Program Homestay di Kedah. *Akademika*, 67, 77-102.
- Keeney, S., McKenna, H., & Hasson, F. (2010). *The Delphi technique in nursing and health research*. John Wiley & Sons.
- Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia (2018). *Senarai Top 20 Homestay Berdasarkan Pendapatan Tahun 2017*. Malaysia: Government Report.
- Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia (2019). *Homestay Performance Report From 2004 To 2018*. Malaysia: Government Report.

- Kementerian Perlancongan dan Kebudayaan Malaysia (2013). Bertemakan Visit Malaysia Year (VMY) 2014 - Celebrating 1Malaysia Truly Asia. Di capai pada 23 Mei 2016, <http://www.motac.gov.my/bm/arkib/2013/607-bertemakan-visit-malaysia-year-vmy-2014-celebrating-1malaysia-truly-asia.html>.
- Kerlinger, F.N. (1986) *Foundations of Behavioral Research*. 3rd Ed. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Khalifah, Z. & Tahir, S. (1997). Malaysia: Tourism And Perspective. *Tourism and Economic Development In Asia And Australasia*, 176-196.
- Khalifah, Z., Meimand, S. E., Zavadskas, E. K., Mardani, A., Najafipour, A. A., & Ahmad, U. N. U. (2017). Residents' attitude toward tourism development: A sociocultural perspective. *Sustainability*, 9(7), 1170.
- Khalil, S., & Adelabu, S. A. (2012). Model for efficient service delivery in public service. *Journal of Public Administration and Governance*, 2(3), 85-95.
- Khodri, A. F. (2012). Case study: Measuring service quality of homestay in Malacca using SERVQUAL matrix. *Current Issues in Hospitality and Tourism: Research and Innovations*, 147.
- Kidwell, B., & Hasford, J. (2014). Emotional Ability and Nonverbal Communication. *Psychology & Marketing*, 31(7), 526-538.
- Kim, N., & Lee, M. (2012). Other customers in a service encounter: examining the effect in a restaurant setting. *Journal of Services Marketing*, 26(1), 27-40.
- Kim, S. H. (2017). *Understanding Frontline Employees' Work Attitude and Behavior: Combining the Theory of Implicit-beliefs and the Job Demands-Resources (JD-R) model*. University of Tennessee: Thesis PhD.
- Kim, Y. G., Suh, B. W., & Eves, A. (2010). The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 216-226.
- Kim, Y. K. (2002). Consumer value: an application to mall and Internet shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(12), 595-602.
- Kinnear, A., (2018). *The Psychology Of Customer Service*. Dicapai pada 12 Februari 2020. *Commercient*. <https://www.commercient.com/the-psychology-of-customer-service/>

- Kirmani, A., & Campbell, M. C. (2004). Goal Seeker And Persuasion Sentry: How Consumer Targets Respond To Interpersonal Marketing Persuasion. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 573-582.
- Kissoon, S. V. (2009). *The Conceptual Model Of Continuous Improvement Teamworking In Retail Banking Operations: A Mixed-Method Strategy*. RMIT University: Tesis PhD.
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M., & Yokoyama, F. (1991). Lodgserv: A service quality index for the lodging industry. *Hospitality Research Journal*, 14(3), 277-284.
- Kokthi, P. E., & Kelemen-Erdos, P. A. (2017). Assimilation-Contrast Theory: Support for the Effect of Brand in Consumer Preferences. *FIKUSZ'17 Proceedings*, 157.
- Konting, M. M. (2004). *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Korstanje, M. E., Tzanelli, R., & Clayton, A. (2014). Brazilian World cup 2014: Terrorism, tourism, and social conflict. *Event Management*, 18(4), 487-491.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A framework for marketing management*. New Delhi: PHI.
- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. (2009). Creation Customer Value Satisfaction and loyalty. *Marketing management*, 13, 120-125.
- Krathwohl, D. R. (1998). *Methods Of Educational And Social Science Research: An integrated Approach*, 2ndEd. New-York : Longman.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Ku, H. H., Kuo, C. C., & Chen, M. (2013). Is maximum customer service always a good thing? Customer Satisfaction in Response To Over-Attentive Service. *Managing Service Quality: An International Journal*, 23(5), 437-452.
- Kumar, S., & Sosnoski, M. (2009). Using DMAIC Six Sigma to Systematically Improve Shopfloor Production Quality And Costs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 58(3), 254-273.
- Kunjuraman, V. (2019). Kajian terhadap syarat dan fenomena semasa dalam pembangunan program homestay di Malaysia. *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 15(1).



- Kunjuraman, V., & Hussin, R. (2013). Satisfaction of domestic tourist with the homestay programme in Mesilou Village, Kundasang, Sabah. In Proceedings of the 3rd Regional Conference on Tourism Research, 29-31.
- Kunjuraman, V., & Hussin, R. (2017). Challenges of community-based homestay programme in Sabah, Malaysia: Hopeful or hopeless?. *Tourism Management Perspectives*, 21, 1-9.
- Kunjuraman, V., Hussin, R., & Yasir, S. M. (2015). Challenges of Seaweed Community-Based Homestay Programme In Sabah, Malaysian Borneo. *Hospitality and Tourism 2015, Proceedings of HTC, Melaka, Malaysia: Taylor & Francis Group*. pp123-126.
- Kwon, H. (2008). *Ghosts of war in Vietnam (Vol. 27)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lahap, J., O'Mahony, B., & Dalrymple, J. (2016). The Importance of Communication in Improving Service Delivery and Service Quality in the Malaysian Hotel Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 213-220.
- Lahap, J., Said, N. M., Rose, K. H. C., Sumarjan, N., & Mohi, Z. (2014). Internal Market Orientation Framework as a Source of Improving Service Quality within the Malaysian Hotel Industry. *SHS Web of Conferences*. 12(1), 1004.
- Lam, T. and Zhang, H.Q. 1999. Service Quality of Travel Agents in Hong Kong. *Tourism Sussanto, Damayanti, Pengaruh Kualitas 67 Management*, 20(3), 341-349.
- Lama, M., & Broman, K. (2013). *Community Homestay Programmes As A Form Of Sustainable Tourism Development In Nepal*. Centria University: Thesis Degree.
- Lampiran Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (2008). *Panduan Pengurusan Perhubungan Pelanggan. Panduan Pengurusan Perhubungan Pelanggan*. Malaysia: MAMPU, Dicapai pada 25 Jun 2017, http://www.pcb.gov.my/Annual/Lampiran_PKPA012008.pdf
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). An application of hierarchical kappa-type statistics in the assessment of majority agreement among multiple observers. *Biometrics*, 363-374.
- Lanier, P., & Berman, J. (1993). Bed-and-breakfast inns come of age. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(2), 15-23.



- Laporan Tahunan Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, (2016). Bahagian Agropelancongan. Penerbit Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, Putrajaya.
- Larpent, M. (2009). Interview with the author. Johannesburg, Business Development Executive, TripAdvisor.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), 341-370.
- Layder, D. (1994). Power, structure and agency. *Power: critical concepts*, 2, 371-387.
- Lebar, O. (2006). *Penyelidikan Kualitatif: Pengenalan Kepada Teori Dan Metod*. Tanjung Malim Malaysia: Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- LeBrasseur, R., Whissell, R., & Ojha, A. (2002). Organisational learning, transformational leadership and implementation of continuous quality improvement in Canadian hospitals. *Australian journal of Management*, 27(2), 141-162.
- Lee, Junsoo, and Mark C Strazicich. (2003). Minimum Lagrange multiplier unit root test with two structural breaks. *Review of Economics and Statistics*, 85(4), 1082-1089.
- Lee, T. Y. (1998). The development of ISO 9000 certification and the future of quality management: a survey of certified firms in Hong Kong. *International journal of quality & reliability management*, 15(2), 162-177.
- Lee, W. H., & Abd Mutalib, S. (2019). *Garis Panduan Penulisan Amalan Terbaik Seminar Penyelidikan Dan Amalan Terbaik PDP Peringkat Kebangsaan*. Dicapai pada 5 Mac 2021, <http://www.ipsah.edu.my/laman/images/GarisPanduanAmalanTerbaik.pdf>
- Lee, Y. I. (2004). Customer service and organizational learning in the context of strategic marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 22(6), 652-662.
- Lenggett, K., Band, W., & Andrew Magarie. (2011). *Forrester's Best Practices Framework For Customer Service*. Cambridge, USA. Dicapai pada 12 April 2016 http://elearning.unimib.it/pluginfile.php/190044/mod_resource/content/1/article_forresters_framework_for_customer_service.pdf
- Levis, M., Brady, M., & Helfert, M. (2008). Website design quality and form input validation: an empirical study on Irish corporate websites. *Journal of Service Science and Management*, 1(01), 91.

- Liat, C. B., Mansori, S., Chuan, G. C., & Imrie, B. C. (2017). Hotel service recovery and service quality: Influences of corporate image and generational differences in the relationship between customer satisfaction and loyalty. *Journal of Global Marketing*, 30(1), 42-51.
- Linacre, J. M. (2010). Predicting responses from Rasch measures. *Journal of Applied Measurement*, 11(1), 1.
- Linacre, J.M. (2011). Test validity, and Rasch measurement: Construct, content, etc. *Rasch Measurement Transactions*. Dicapai pada 15, Desember 2015, <http://www.rasch.org/rmt/rmt162fhtm>.19 Julai, 2011.
- Linstone, H. A., & Turoff, M. (Eds.). (1975). *The delphi method* Reading, MA: Addison-Wesley. pp. 3-12.
- Lo, M. C., Songan, P., Mohamad, A. A., & Yeo, A. W. (2011). Rural destinations and tourists' satisfaction. *Journal of Services Research*, 11(2),59-74.
- Locallux (2021). *Rangka Kerja*. Dicapai pada 22, Mac 2021,<https://ms.uzvisit.com/957-framework>
- Lockyer, T. (2002). Business guests' accommodation selection: the view from both sides. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(6), 294-300.
- Loureiro, S. M. C., & González, F. J. M. (2008). The Importance of Quality, Satisfaction, Trust, and Image in Relation to Rural Tourist Loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 117–136.
- Lovelock, C. (2001). A retrospective commentary on the article “New Tools for Achieving Service Quality”. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(4), 39-46.
- Lovelock, C. (2001). A retrospective commentary on the article:New Tools for Achieving Service Quality. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(4), 39-46.
- Lovelock, C. H. (1991). *Services Marketing*. 2nd ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Lynch, P. A. (2003). *Conceptual relationships between hospitality and space in the homestay sector*. Queen Margaret University College: Tesis PhD.
- Maeley, L. (2020). *The Simple Rules of Good Restaurant Customer Service*. Dotdash New York. Dicapai pada 25, Januari 2021, <https://www.thebalancesmb.com/restaurant-customer-service-2888415>



PTTA UTHM
 PERPUSTAKAAN TUKUL TUN AMINAH

- Manyara and Jones (2007). Community based Tourism Enterprises Development in Kenya: An Exploration of Their Potential as Avenues of Poverty Reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628-644.
- Mapjabil, J. & Ismail, S. C., (2014). Program homestay dan pembangunan komuniti luar bandar di Malaysia. Sintok, Kedah: UUM Press.
- Mapjabil, J., Ismail, S. C., Ab Rahman, B., Masron, T., Ismail, R., & Zainol, R. M. (2015). Homestays-Community programme or alternative accommodation? A re-evaluation of concept and execution. *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 11(12).
- Mapjabil¹, J., Rosdi¹, S. A. M., Shuib¹, M., & Abdullah, S. (2011). Pembangunan program homestay di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia: Profil, produk dan prospek. *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 7(2), 20-31.
- Marohaini, Y. (2001). Pengkajian Kualitatif: Pengalaman Kerja Lapangan Kajian: Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
- Martinuzzi, B. (2017). Customer Service Skills: Using Emotional Intelligence to Make a Connection. United states: American Express. <https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/customer-service-skills-using-emotional-intelligence-to-make-connection/#:~:text=Self%2DManagement&text=Emotional%20intelligence%20training%20may%20be,the%20customers%20they%20interact%20with>.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
- Matelong, N. & Nassiuma, B. (2013). Determinant of Service Quality for Customer: An Overview of Loyalty. LAP Lambert Academic Publishing. Germany.
- Mazumder, S., & Hasan, A. B. M. R. (2014). Measuring service quality and customer satisfaction of the hotels in Bangladesh: a study on national and international hotel guest. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(1), 95-111.
- McAdam, R., & Armstrong, G. (2001). A symbiosis of quality and innovation in SMEs: amultiple case study analysis. *Managerial Auditing Journal*, 16(7), 394-399.



- Mehra, A. (2020). 9 Principles to Understand Customer Service Psychology. Dicapai pada 15, Jun 2021, <https://www.revechat.com/blog/customer-service-psychology/>
- Meimand, S. E., Khalifah, Z., & Hakemi, H. G. (2013). Expectation and Experience Gap for Japanese Travelers Visiting Malaysian Homestay, Utilizing Holiday Satisfaction Model. *Indian Journal of Science and Technology*, 6(12), 5593-5599.
- Merriam, S. . (2001). *Qualitative Research And Case Study Applications In Education*. San Francisco: Josey-Bass.
- Messick, S. (1989). Meaning And Values In Test Validation: The Science And Ethics Of Assessment. *Education Researcher*, 18(2), 5-11.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mill, R. C. (2002). A comprehensive model of customer satisfaction in hospitality and tourism: Strategic implications for management. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 1(6).
- Minghat, A. D., Yasin, R. M., Subari, K., & Noordina, M. K. (2013, October). Strategi Kelasterian Pembangunan Pendidikan Teknikal dan Vokasional (PTV). In 2nd International Seminar on Quality and Affordable Education (ISQAE 2013). Johor, Malaysia: Universiti Teknologi Malaysia.pp. 493-504.
- Minh, N. H., Ha, N. T., Anh, P. C. & Matsui, Y. (2015). Service quality and customer satisfaction: A case study of hotel industry in Vietnam. *Asian Social Science*, 11(10), 73-85.
- Moen, R., & Norman, C. (2006). Evolution of the PDCA cycle. Dicapai pada 2, Januari 2016, http://pkpinc.com/files/NA01_Moen_Norman_fullpaper.pdf
- Mohamad Muslim H. F., Numata, S., & Yahya, N. A. (2017). Development of Malaysian Homestay Tourism: A Review. *The international journal of tourism science*, 1(10), 65-74.
- Mohamad Nor, S., & Awang, K. W. (2017). Challenges Faced by Operators to Sustain Homestay Businesses in Selangor Malaysia. *International Journal of Innovation in Social Sciences*, 2(1), 1-11.
- Mohamad Rabi, N. A. Mohamad, M. (2019). Amalan Pengurusan Kualiti Dan Hubungannya Dengan Penambahbaikan Sekolah. *Proceeding of The ICECRS*, Penang, Malaysia: UUM-UMSIDA International Seminar



PTA UTM
 PERUSAHAAN TEKNIKAL DAN VOKASIONAL

- Mohamad, N., Rahman, S. B. A., Rahman, I. R. A., & Nasruddin, M. N. M. (2012). Service Quality Factor for the Success of Home Stay Agro Tourism in Malaysia. Dicapai pada 2, Januari 2016, http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38809264/MIICEMA2014_MGT_67_fdr5PsYwGZ.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1482952171&Signature=v%2FcNzQPjSxQGGK%2BaglILhVYosqo%3D&responsecontentdisposition=inline%3B%20filename%3DService_Quality_Factor_for_the_Success_o.pdf
- Mohamed Idris, A. K., NoorFarhana, M. N., Tarmazi, S. A. A., Hashim, N., & Ghazali, N. (2017). Factors that influence frontline employee behavior towards guest satisfaction in hotel. *Journal of Academia*, 5(1), 147-157.
- Mohd Nor, N. A., & Kayat, K. (2010). The challenges of community-based homestay programmes in Malaysia. *Proceedings of Regional Conference on Tourism Research (RCTR 2010) 13–14 Dec 2010*. Penang, Malaysia: Universiti Sains Malaysia.
- Mohd Ramli, M. A., Nasir, M. A., Zaid, D. S., & Adenan, H. (2017). Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualiti Perkhidmatan Homestay Di Melaka: Kajian Kes Di Homestay Seri Tanjung. *Journal of Hospitality and Networks*, 1(1).
- Mohd Shukri, S., Khatibi, A., Azam, S. M. F. (2020). How do Empathy and Assurance Matter in Determining Customer's Satisfaction? *Management and Science University. A multifaceted review journal in the field of pharmacy*. 11(1), 1014-1020.
- Mohd Yusuf, B. N., & Shamsul Anuar, S. N. (2014). The effects of conflicts handling in teamwork of hotel industry located in northern region of Malaysia. *Journal of Asian Scientific Research*, 4(11), 603.
- Morajab, L. (2010). International tourist satisfaction and dissemination information towards Kampung Banghuris Homestay attributes. *Universiti Teknologi MARA: Tesis PhD*.
- Moreira, C. A., & Duque Dias, C. A. M. (2010). Assessing the challenges of service quality in the Terra Quente Transmontana, Portugal. *Tourism and Hospitality Management*, 16(1), 31-45.
- Mosadeghrad, A. M., (2015). Developing and validating a total quality management model for healthcare organisations. *The TQM Journal*, 27(5), 544-564.



PTTAUTHM
PERPUSTAKAAN FUNKSI KULTUR AMINAH

- Mosbah, A., & Saleh, A. A. (2014). A review of tourism development in Malaysia. *European Journal of Business and Management*, 6(5), 1-9.
- Moss P (2014) *Transformative Change and Real Utopias in Early Childhood Education: A Story of Democracy, Experimentation and Potentiality*. London: Routledge.
- Moss, P., (2016). Why can't we get beyond quality?. *Contemporary issues in early childhood*, 17(1), 8-15.
- Moutino, L., Albayrak, T., & Caber, M. (2012). How far does overall service quality of a destination affect customers' post-purchase behaviours? *International Journal of Tourism Research*, 14, 307-322.
- Munieleswar, R., (2015) *Guests' satisfaction with service quality provided by homestays in Selangor, Malaysia*. Universiti Putra Malaysia: Masters thesis.
- Munusamy, J., Chelliah, S., & Mun, H. W. (2010). Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia. *International journal of innovation, management and technology*, 1(4), 398.
- Musa, G. (2000). Tourism in Malaysia. *Tourism in South and Southeast Asia*. 144-156.
- Mutinda, R., & Mayaka, M. (2012). Application of destination choice model: Factors influencing domestic tourists destination choice among residents of Nairobi, Kenya. *Tourism Management*, 33(6), 1593-1597.
- Narangajavana, Y., & Hu, B. (2008). The Relationship Between the Hotel Rating System, Service Quality Improvement, and Hotel Performance Changes: A Canonical Analysis of Hotels in Thailand. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 9(1), 34-56.
- Narayan, B., Rajendran, C., Sai, L. P., & Gopalan, R. (2009). Dimensions of service quality in tourism—an Indian perspective. *Total Quality Management*, 20(1), 61-89.
- National Occupational Standard (2013). *Customer Service*, London. Skill CFA. Dicapai pada 10 Mac, 2016, <http://www.skillsca.org/images/pdfs/National%20Occupational%20Standards/Customer%20Service/2010/Customer%20Service.pdf>
- Neuman, Y. (2011). *Reviving the living: Meaning making in living systems*. United Kingdom: Elsevier.



- Newman, E. (2017). Importance of a Positive Attitude in Customer Service. Yonyx Inc. Sunnyvale, USA. Dicapai pada 10 Mac, 2016, <https://corp.yonyx.com/customer-service/importance-of-a-positive-attitude-incustomerservice/#:~:text=A%20warm%20friendly%20smile%2C%20court%20eous,means%20success%20for%20the%20company.>
- Nicastro, D. (2021). What Is Customer Satisfaction Score (CSAT)? SMG/CMSWire. Dicapai pada 25, Mei 2021, <https://www.cmswire.com/customer-experience/what-is-customer-satisfaction-score-csat/>
- Nimako, S. G. (2012). Linking quality, satisfaction and behaviour intentions in Ghana's mobile telecommunication industry. *European Journal of Business and Management*, 4(7), 1-17.
- Nombre, A. Y., Segura Alonso, R., & de Junio, C. (2012). The importance of teaching listening and speaking skills. University of Complytensis Matritensis: Master's Thesis.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988.
- Odesola, I. A., & Idoro, G. I. (2014). Influence Of Labour-Related Factors On Construction Labour Productivity In The South-South Geo-Political Zone Of Nigeria. *Journal of Construction in Developing Countries*, 19(1), 93.
- Olsen, W. (2004). Triangulation in social research: qualitative and quantitative methods can really be mixed. *Developments in sociology*, 20, 103-118.
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). Influence of customer satisfaction on service quality and trust relationship in Malaysian rural tourism. *Business and Management Quarterly Review*, 4(2), 12-25.
- Ozdemir, C. (2012). Inverse synthetic aperture radar imaging with MATLAB algorithms (Vol. 210). United States: John Wiley & Sons.
- Pai, F. Y., & Yeh, T. M. (2017). The Effect of Frontline Employee Efforts in Service Recovery Performance. Department of Business Administration, National Changhua University of Education. 7(4): 264-271
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Perceived service quality as a customer-based performance measure: An empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model. *Human resource management*, 30(3), 335-364.



PTTA UTHM
PUSAT PENYELIDIKAN DAN PENKAJI TINDAKAN DAN AMALAN

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *the Journal of Marketing*, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *The Journal of Marketing*, 111-124.
- Park, S. B., Chung, N., & Woo, S. C. (2013). Do reward programs build loyalty to restaurants? The moderating effect of long-term orientation on the timing and types of rewards. *Managing Service Quality: An International Journal*, 23(3), 225-244.
- Park, Y. A., & Gretzel, U. (2007). Success factors for destination marketing web sites: A qualitative meta-analysis. *Journal of travel research*, 46(1), 46-63.
Dicapai pada Mac 15, 2016.
https://www.researchgate.net/publication/249701316_Success_Factors_for_Destination_Marketing_Web_Sites_A_Qualitative_Meta-Analysis
- Parry, D., (2018). The Concept of Quality and Quality Definitions. *Inspired Pharma Training Ltd.* Dicapai pada Mac 18, 2016
<https://www.inspiredpharma.com/2018/11/11/the-concept-of-quality-and-quality-definitions/>
- Parvez, M. (2005). A relational study on service quality, switching cost, trust, customer satisfaction and customer loyalty in the context of gameenphone. Internship report.
- Penfold, P, (2014). *Manual on Module IV – Customer Relations and Services*. Hong Kong Polytechnic University and PSHE Section, Curriculum Development Institute. Dicapai pada Mac 22, 2017,
http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitalystudies/Customr_English_2014_01_28.pdf
- Peyton, R., Pitts, S., Kamery, R.H., (2003). Consumer Satisfaction/Dissatisfaction: a review of the literature prior to the 1990, *Proceedings of the Academy of Organizational Culture, Communication and Conflict*. 7(2).

- Portal Rasmi MOTEC, (2019). Sejarah. Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia. Dicapai pada Jun 15, 2020, dari Jabatan Pelancongan, Seni dan Budaya. <http://www.motac.gov.my/profil/sejarah>
- Portal Rasmi MOTEC, (2021). Homestay & Kampungstay: Program Pengalaman Homestay Malaysia. Dicapai pada April 1, 2021, dari Jabatan Pelancongan, Seni dan Budaya, Malaysia. <http://www.motac.gov.my/program/pelancongan/homestay-kampungstay>
- Prachanant, N. (2012). Needs analysis on English language use in tourism industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 66, 117-125.
- Priscilla B.N.K., Jeniffer K.L.C. (2015) Safety and Security in the Tourist Destination: A Review of Literature. *Proceedings of The International Conference on Natural Resources, Tourism and Services Management 2015*. Universiti Putra Malaysia.
- Pusiran, A. K., & Xiao, H. (2013). Challenges and community development: A case study of homestay in Malaysia. *Asian Social Science*, 9(5), 1.
- Quazi, H. A., & Padibjo, S. R. (1998). A journey toward total quality management through ISO 9000 certification-a study on small-and medium-sized enterprises in Singapore. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15(5), 489-508.
- Rabu, M. M., Tawil, N. M., Ahmad, H., & Rabu, A. R. M. (2016). Membangunkan Program Eco-Agro-Edu Homestay: Kajian Kes Di Kg. Rawa, Negeri Sembilan. *e-BANGI, Journal Of Social Sciences and Humanities*, 11, 49-63.
- Rahman, A., Hasan, M., & Mia, M. A. (2017). Mobile banking service quality and customer satisfaction in Bangladesh: An analysis. *The Cost and Management*, 45(2), 25-32.
- Rahman, H. A. (2018). Potensi dan Cabaran Dalam Memajukan Pelancongan Islam di Malaysia Potential and Challenges in Islamic Tourism in Malaysia. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, 1(1).
- Rajaratnam, S. D., Munikrishnan, U. T., Sharif, S. P., & Nair, V. (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*, 144(1), 203-211.
- Rao, P. S. & Sahu. P. C. (2013). Impact of service quality on customer satisfaction in hotel industry. *Journal of Humanities and Social Science*, 18(5), 39-44.



PTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUNKU TUNJALINAH

- Rasoolimanesh, S. M., Dahalan, N., & Jaafar, M. (2016). Tourists' perceived value and satisfaction in a community-based homestay in the Lenggong Valley World Heritage Site. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26, 72-81.
- Razali, S. N. (1996). Analisis data dalam penyelidikan pendidikan. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Reihlen, M., and Apel, B. A. (2007). Internationalization of professional service firms as learning – a constructivist approach. *International Journal of Service Industry Management*, 18(2), 140–151. Dicapai pada 22, November 2015, <https://doi.org/10.1108/09564230710737790>
- Richardson, K. (2003). International Education: Homestay theory versus practice. Educational Research, Risks, & Dilemas: NZARE/AARE Conference 29. Auckland, New Zealand: Australian Association for Research in Education.
- Richmond Valley Council, (2003). Customer Service Framework & Charter. Dicapai pada 22, September 2015, http://www.richmondvalley.nsw.gov.au/icms_docs/250503_Customer_Service_Framework_and_Charter_pdf.pdf
- Rio, J. (2018). Maslow's hierarchy of needs applied to Customer Care. Dicapai pada 22, Mei 2021, <https://www.julienrio.com/marketing/english/maslow-hierarchy-needs-customer-care.html>
- Rivera, A., & Kashiwagi, J. (2016). Identifying the State of the Project Management Profession. *Procedia Engineering*, 145, 1386-1393.
- Rocha, R. F., & Clemente, F. M. (2012). Expertise in sport and physical education: review through essential factors. *Journal of Physical Education and Sport*, 12(4), 557.
- Roostika, R. (2011). The effect of perceived service quality and trust on loyalty: customer's perspectives on mobile internet Adoption. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2(4), 286.
- Saad, M. F., (2009). Pengurusan homestay sebagai satu produk pelancongan. Bengkel Pembangunan Destinasi Pelancongan. Dewan Persidangan Pusat Pengajian Perumahan, Bangunan dan Perancangan. Penang, Malaysia: Universiti Sains Malaysia.
- Safko, L. & David K. B. (2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: Hoboken

- Salesforce (2014). 20 Customer Service Best Practice: How to deliver Exceptional Service. Dicapai pada 22, November 2016, <https://a.sfdcstatic.com/content/dam/www/ocms/assets/pdf/misc/20CSBP.pdf?d=7010M000002ICf2>
- Salleh, R., Modares, H., & Moravejosharieh, A. (2011). Overview of security issues in wireless sensor networks. In 2011 Third International Conference on Computational Intelligence, Modelling & Simulation. Washington DC: IEEE Computer Society. pp.308-311.
- Sallis, E.; Hingley, P. (1992). Total Quality Management. Birisfol: FE Staff College.
- Sánchez, J. M. (2012). Assessing Sustainability of the Continuous Improvement Through the Identification of Enabling and Inhibiting Factors. Virginia Polytechnic Institute and State University: Tesis PhD.
- Sarttatat, I. (2010). Conservation and Sustainable Tourism in Sap Cham Pa Archaeological Site and Cham Pi Sirindhorn Forest. University of Silpakorn: Master's Thesis.
- Schau, C., Stevens, J., Dauphinee, T. L., & Del Vecchio, A. (1995). The development and validation of the Survey of Attitudes Toward Statistics. *Educational and Psychological Measurement*, 55, 868-875. Dicapai pada 19, November 2015, <http://dx.doi.org/10.1177/0013164495055005022>
- Schifferstein H. (2001). Effects of products beliefs on product perception and liking. In *Food, People and Society a European Perspective of Consumer Choices*. 73–96.
- schmitz, A. (2012). *Human Relation*. Saylor Academy. Dicapai pada 10, Ogos 2015, https://saylordotorg.github.io/text_human-relations/s00-license.html
- Schneider, B., & Bowen, D. E. (2009). Modeling the human side of service delivery. *Service Science*, 1(3), 154-168.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. 3rd Ed. New York: John Wiley & Sons.
- Sengupta, A. S., (2017). Impact of other customers in high and low involvement services: Moderating role of customer's need for uniqueness. *Journal of Indian Business Research*, 9(1), 41-58.
- Sha, W., & Kam, H. (2015). Customer Perceptions of Critical Success Factor for Guest House. *International Journal of Hospitality Management*, 48 (1), 92-101.



PTTA AUTHM
 PERPUSTAKAAN TUN KUTUB MINAH

- Shahrul Annuar, S. (2019, February 27). Sektor Pelancongan Sumbang RM84.1 Billion. Berita Harian Online. Dicapai pada 20 September 2019, <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2019/02/535609/sektor-pelancongan-sumbang-rm841-bilion>
- Shamsuri, M. M. S. (2013). Strategi pembangunan program homestay Kampung Kangkar Merlimau. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia: Tesis PhD.
- Shank, M. J. (2006). Teacher storytelling: A means for creating and learning within a collaborative space. *Teaching and Teacher education*, 22(6), 711-721.
- Sharma, N., & Patterson, P. G. (1999). The impact of communication effectiveness and service quality on relationship commitment in consumer, professional services. *Journal of services marketing*, 13(2), 151-170.
- Shaukat, S. S., Rao, T. A., & Khan, M. A. (2016). Impact of sample size on principal component analysis ordination of an environmental data set: effects on eigenstructure. *Ekológia (Bratislava)*, 35(2), 173-190.
- Sherif, C. W., Sherif, M., & Nebergall, R. E. (1965). *Attitude and attitude change: The social judgment-involvement approach*. Philadelphia: Saunders. pp. 127-167
- Shuib, M., Ahmad Kamil, S. R., Mapjabil, J., & Abdullah, S. (2010). Teaching English Language Communication Skills to Homestay Operators in the Northern Region of Malaysia. Dicapai pada 13, November 2015, https://www.academia.edu/13017262/Teaching_English_Language_Communication_Skills_to_Homestay_Operators_in_the_Northern_Region_of_Malaysia
- Shukor, M. S., Salleh, N. H. M., Othman, R., & Idris, S. H. M. (2014). Perception of homestay operators towards homestay development in Malaysia. *Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 42.
- Sianipar, R. U. S., & Nurjanah, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Relation Terhadap Kepuasan Pengunjung di Mal SKA Pekanbaru. Riau University: Tesis PhD.
- Sikhiram, N. (2014). Promoting Food Safety and Food Security in Rural Tourism Destination. *SHS Web of Conferences*. Penang, Malaysia: EDP Sciences. 12, pp. 1062.
- SkillYouNeed (2021). *Communication Skills*. Dicapai pada 22, Februari 2021, <https://www.skillsyouneed.com/ips/communication-skills.html>



PTTA UTHM
 PERPUSATAKAAAN FUNKSI TOR AMINAH

- Soh N. Z. N., (2015). Kualiti kepimpinan dalam kalangan penyelarar homestay: perspektif pengusaha homestay. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia: Tesis PhD.
- Sommers, J., & Vodanovich, S. J. (2000). Boredom Proneness: Its Relationship To Psychological-And Physical-Health Symptoms. *Journal of clinical psychology*, 56(1), 149-155.
- South Northamptonshire Council (2008). Customer Service Framework. United Kingdom. Dicapai pada 10, Januari 2016, [http://modgov.southnorthants.gov.uk/Data/Resources%20Review%20and%20Development%20Committee/20090701/Agenda/\\$Document%207.doc.pdf](http://modgov.southnorthants.gov.uk/Data/Resources%20Review%20and%20Development%20Committee/20090701/Agenda/$Document%207.doc.pdf)
- Spencer-Matthews, S., & Lawley, M. (2006). Improving customer service: issues in customer contact management. *European Journal of Marketing*, 40(1-2), 218-232.
- Stanek, P., Skvor, Z., & Roxer, M. (2017). Experimental Gaussmeter For Circular Magnetization. *NDT in progress*, 104-107.
- Steingard, D. S. and Fitzgibbons, D. E. (1993). A postmodern deconstruction of total quality management (TQM). *Journal of Organizational Change Management*, 6, 27-27.
- Steinkirchner, S. (2012). 5 Ways to Improve Your Customer Service. *Forbes Contributors*. Dicapai pada 13, November 2015, <https://www.forbes.com/sites/sundaysteinkirchner/2012/08/22/5-ways-to-improve-your-customer-service/#6064b64114bc>
- Strikedeck, M. (2021). Maslow's Hierarchy Of Needs Applied to CS. *CS Infographics*. Dicapai pada 22, Mei 2021, <https://strikedeck.com/maslows-hierarchy-of-needs-applied-to-cs/>
- Struckman, C. H. and Yammarino, F. J. (2003) Organizational change: a categorization scheme and response model with readiness factors, in: R. W. Woodman and W. A. Pasmore (eds) *Research in Organizational Change and Development*, 14, 1–50.
- Sukiman, M. F., Omar, S. I., Muhibudin, M., Yussof, I., & Mohamed, B. (2013). Tourist satisfaction as the key to destination survival in Pahang. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 78-87.



- Sulaiman, W., & Hafiza, W. N. (2007). Penguasaan kemahiran generik di kalangan graduan hospitaliti di politeknik: satu kajian berkenaan keperluan industri perhotelan, persepsi pensyarah dan pelajar. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia: Tesis PhD
- Syed Wahid, S. N., Mat Dangi, M. R., Abd Jabar, F., Azwan Muhamed, M. F. 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.
- Tari, J. J. (2005). Components of successful total quality management. *The TQM Magazine*, 17(2), 182 – 194.
- Tennant, C., Warwood, S. J., & Mun Ping Chiang, M. (2002). A continuous improvement process at Severn Trent Water. *The TQM magazine*, 14(5), 284-292.
- ThatCompany (2017). What are Best Practices and Why are They Important? Dicapai pada 5 Mac 2021, <https://www.thatcompany.com/what-are-best-practices-and-why-are-they-important>
- The UNESCO Convention on World Heritage (1972). Convention concerning the Protection of the World's Cultural and Natural Heritage, 1972. Dicapai pada 30 November 2020, <http://whc.unesco.org/en/conventiontext/>
- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence examinations for college entrance. *The Journal of Educational Research*, 1(5), 329-337.
- Tjosvold, D. (2008). The Conflict-Positive Organization: It Depends Upon Us, *Journal of Organizational Behaviour*, 29, 19-28.
- Tuan, N. P. & Linh, N. T. H. (2014). Impact of service quality performance on customer satisfaction: A case study of Vietnam's five star hotel. *ABAC Journal*, 34(3), 53-70.
- Turkay, O., & Sengul, S. (2014). Employee behaviors creating customer satisfaction: A comparative case study on service encounters at a hotel. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(2), 25-46.
- Van Jaarsveld, D. D., Walker, D. D., & Skarlicki, D. P. (2010). The role of job demands and emotional exhaustion in the relationship between customer and employee incivility. *Journal of Management*, 36(6), 1486-1504.
- Vanichchinchai, A., & Igel, B. (2009). Total quality management and supply chain management: similarities and differences. *The TQM Journal*, 21(3), 249-260.



PTTA UTHM
 PERPUSTAKAAN TUKU TUKU AMINAH

- Van-Lierop, D., & El-Geneidy, A. (2016). Enjoying loyalty: The relationship between service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in public transit. *Research in Transportation Economics*, 59, 50-59
- Vaughan, I (2011). *Strategies and Tools for Delivering Great customer Service*. Blue Beetle Books. Dicapai pada 22, Ogos 2015, <https://cfsask.ca/images/pdfs/eBooks/ebook-Customer-Service.pdf>
- Vavra, T. G. (1997). *Improving your measurement of customer satisfaction: A guide to creating, conducting, analysis, and reporting customer satisfaction measurement programs*. Milwaukee, WI: American society for quality. Dicapai pada 14, Julai 2018.
- Virgillito, D. (2016). Why customer service needs to be faster than ever. Dicapai pada 13, March 2019, <https://www.shopify.com/enterprise/94678726-the-need-for-speed-why-customer-service-needs-to-be-faster-than-ever>
- Voon, B. H., Hamali, J., Jussem, P. M., Teo, A. K., Kanyan, A., & Gapor, S. M. K. D. (2017). Socio-environmental dimensions of tourist service experience in homestays. *International Journal of Geomate*, 12(34), 96-100.
- Wahjudi, D., Kwanda, T., & Sulis, R. (2018). The impact of after-sales service quality on customer satisfaction and customer loyalty of middle-upper class landed housings. *Jurnal Teknik Industri*, 20(1), 65-72.
- Wahyuni, R. B., & Faisal, F. P. (2019). Homestay Development With Asean Homestay Standard Approach In Nglanggeran Tourism Village, Yogyakarta, Indonesia. 1st International Conference One Belt, One Road, One Tourism (ICOBOROT 2018). Palembang, Indonesia: Atlantis Press. pp.174-180.
- Walsh, K., & Gordon, J. R. (2010). Understanding professional service delivery. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2(2). 217-238
- Wang, S., & Hung, K. (2015). Customer perceptions of critical success factors for guest houses. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 92-101.
- Watson, S. (1878). Contributions to American botany: revision of the North American Liliaceae; descriptions of some new species of North American plants. In *Proceedings of the American Academy of Arts and Sciences*, Boston :Metcalf and Co. pp. 213-303.
- Weissinger, S. S. (2000). *Hotel / Motel Operation: Classification of Lodging Facilities*. 2nd Ed. United States: Delmar Thomson Learning.



- Wiener, H. J., & Chartrand, T. L. (2014). The effect of voice quality on ad efficacy. *Psychology & Marketing*, 31(7), 509-517.
- Wiersma, W. (2000). *Research methods in education: An introduction*. Sydney: Allyn and Bacon.
- Wilkinson, A. T., Redman, E. S., and Marchington, M. (1998). *Managing with Continuous Improvement Management - Theory and Practice*. London: Macmillan Business.
- Yang, D. J., & Huang, K. L. (2012). A Dynamic Model Of Assimilation-Contrast Theory: An Experimental Study On Recycling Rate. *International Journal of Organizational Innovation*, 4(3).
- Yang, Z & Peterson, R. T. 2004. Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Cost. *Psychology and Marketing*., 21(10), 799-822.
- Yap, K. W., (2019). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction of a Hotel at Johor Bahru, Malaysia. *Journal of Arts & Social Sciences*, 3(1), 34-46.
- Yunus, M. B., (2015). Editorial review (thematic issue: an update on central sensitivity syndromes and the issues of nosology and psychobiology). *Current rheumatology reviews*, 11(2), 70-85.
- Yusoff, M. (2001). Pertimbangan kritikal dalam pelaksanaan kajian kes secara kualitatif. *Penyelidikan kualitatif: pengalaman kerja lapangan kajian*, 35-60.
- Zabkar, V., Brencic, M. M., & Dmitrovic, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. *Tourism management*, 31(4), 537-546.
- Zahari, T. T. N., (2013). Impak program latihan dalam kalangan pengusaha homestay ke arah keberkesanan pembangunan program homestay di peringkat komuniti: kajian dari perspektif pengusaha. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia: Tesis PhD.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media Inc.
- Zeynep, O. & Mert, O. (2014). A Managerial point of view on the relationship between of Maslow's hierarchy of needs and Herzberg's dual factor theory. *International Journal of Business and Social Science*, 5(7), 207-215.



PTT AUTUM
 PERPUSTAKAAN TUNKU TUN AMINAH