

KEPUASAN PELANCONG TERHADAP “SERVICESCAPE” DI PELANCONGAN WILAYAH EKONOMI PANTAI TIMUR (ECER)

(The Tourist Satisfaction On "Servicescape" Tourism In East Coast Economic Region)

Wan Suzita Wan Ibrahim, Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh

ABSTRAK

Dalam mempromosikan pelancongan wilayah sebagai pelancongan yang bertaraf antarabangsa pelbagai pembangunan pelancongan telah dilaksanakan antaranya produk pelancongan, aktiviti manusia, fungsi kawasan, ekonomi, sosiobudaya dan tahap kemudahsampaian. Namun, pembangunan pelancongan yang dilaksanakan tidak menampakkan kejayaan yang sepenuhnya hingga kini kerana ia dilihat tiada keseimbangan dalam pembangunan pelancongan antara negeri terutama kepada pelancong. Justeru itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji kepuasan *servicescape* pelancongan di wilayah ECER dari sudut, aktiviti dan program, pengalaman, penglibatan masyarakat, perkhidmatan dan infastruktur, promosi pemasaran dan persekitaran. Pendekatan kajian adalah berdasarkan analisis kualitatif dan kuantitatif yang melibatkan 823 responden domestik dan 296 antarabangsa secara *convient* dan analisa secara *T-test* serta kaedah *crosstabs* akan dilakukan untuk menghasilkan data. Hasil kajian mendapati min purata secara keseluruhan menunjukkan, tahap kepuasan *servicescape* terhadap enam elemen kepuasan utama adalah tinggi dengan purata min 4.45 di kalangan domestik berbanding pelancong antarabangsa dengan purata min 3.62 yang menunjukkan kepuasan di tahap sederhana. Ini menunjukkan terdapat perbezaan kepuasan *servicescape* dikalangan pelancong domestik dan antarabangsa. Oleh itu, kajian terhadap kepuasan *servicescape* ini penting dijalankan yang dikunjungi kerana ia dijadikan salah satu alat pengukuran dalam menentukan kepuasan pelancong terhadap destinasi wilayah yang dikunjungi.

Kata kunci : Kepuasan, Pelancong wilayah, *Servicescape*, Pelancong dan ECER

ABSTRACTS

The Promoting tourism in the region as an international tourism various tourism development have been implemented including the tourism product, human activity, function areas, economic, socio-cultural and level of accessibility. However, the development of tourism, which was held not to reveal the full success until now because it is seen no balance between the development of tourism in the country, especially to tourists. Therefore, this article aims to examine the satisfaction of tourism in the ECER servicescape of angles, and program

activities, experiences, community involvement, services and infrastructure, marketing and promotion of the environment. The study is based on qualitative and quantitative analysis involving 823 domestic and 296 international respondents are convenient and T-test analysis and methods crosstabs will be made to produce data. The study found that the mean average of the overall show, the level of satisfaction servicescape against six major elements of satisfaction was high with an average of 4:45 min among domestic than international tourists with average mean of 3.62 which showed satisfaction at a moderate level. This shows that there is a difference servicescape satisfaction among domestic and international tourists. Therefore, the study of this important servicescape satisfaction conducted as it made one measurement tool in determining the satisfaction of tourists to be visited in the regional tourism destination.

Keywords : Satisfaction, Regional Tourism, Servicescape, Tourist and ECER

PENGENALAN

Pelancongan wilayah adalah salah satu sub pelancongan yang penting dalam perkembangan ekonomi negara. Di peringkat antarabangsa, negara yang berjaya menepati ciri-ciri asas keperluan pelancong adalah satu bonus menjadi tarikan pelancong untuk berkunjung ke sesebuah destinasi pelancongan contohnya penyediaan *servicescape* yang cekap dan sistematik dapat memberi kepuasan kepada pelancong (Veasna, Wu & Huang 2015). Malaysia kini telah mendahului pembangunan dalam industri pelancongan berbanding Asia yang lain kerana kegiatan pelancongan telah berkembang sejak 1980an lagi hingga kini. Kepelbagaian kempen telah dilaksanakan oleh pihak kerajaan seperti kempen Tahun Melawat Malaysia, galakan insentif pelaburan, lawatan pihak Kementerian Pelancongan Malaysia serta pembangunan infrastruktur dapat membantu meningkatkan pembangunan industri pelancongan negara.

Berdasarkan trend aliran pelancong antarabangsa utama yang berkunjung ke Malaysia berasal dari pelancong Asia, Pasifik, Amerika, Eropah, Afrika dan Timur Tengah. Walaubagaimana pun, pelancong Asia dan Pasifik menguasai sebahagian besar ketibaan pelancong antarabangsa ke Malaysia iaitu dengan penguasaan lebih 80 peratus daripada jumlah ketibaan pelancong ke negara ini contohnya aliran kemasukan pelancong Pasifik dalam tahun 2008 seramai 1,556,573 ribu orang kepada 472,769 ribu orang dalam tahun 2010 seterusnya sedikit menurun kepada 252,702 ribu orang dalam tahun 2015 (Data Statistik, Kementerian Pelancongan Malaysia 2016). Pembentukan Wilayah Ekonomi Baru di Malaysia seperti Wilayah Ekonomi Pantai Timur, 2008-2020 (ECER), Wilayah Ekonomi Koridor Utara, 2007-2025 (NCER) dan Iskandar Malaysia, 2008-2025 memperlihatkan usaha kerajaan dalam memajukan industri pelancongan di mana salah satu strategi menerusi Pelan Transformasi Pelancongan Malaysia, 2020 adalah memberi penekanan kepada pelancongan di peringkat negara, negeri dan wilayah (PEMANDU 2012). Menilai dari segi keberkesannya, strategi yang diutarakan telah mendapat sokongan dari semua negeri di Malaysia dengan melaksanakan beberapa program dan perancangan wilayah antaranya ialah di Wilayah Ekonomi Pantai Timur (ECER). Ini adalah untuk memastikan destinasi pelancongan wilayah ECER mampu mencapai keseimbangan pembangunan sosial dan koridor ekonomi serantau.

OBJEKTIF KAJIAN

Mengkaji tahap kepuasan pelancong adalah salah satu strategi dalam menilai kemampuan sesebuah destinasi pelancongan dalam menarik kemasukan pelancong. Justeru itu, kajian ini dijalankan adalah untuk:

1. Mengkaji tahap kepuasan *servicescape* pelancong di wilayah pelancongan ECER berdasarkan elemen pengukuran *servicescape* yang telah dikenal pasti.

SOROTAN KARYA

Kepuasan *servicescape* merujuk kepada pengukuran kepuasan pelancong terhadap penyediaan kemudahan dan perkhidmatan pelancongan yang sering berkaitan antara satu sama lain di sesebuah destinasi pelancongan (Bitner 1996). Manakala Oliver & Swan (1989), Alegre & Garau (2009) turut memberi pandangan kepuasan pelancong adalah maklum balas atau pandangan pelancong terhadap *servicescape* yang ditawarkan mengikut skala pengukuran berdasarkan pengalaman percutian pelancong.

Secara umumnya, rangkaian konsep kepuasan *servicescape* melibatkan beberapa elemen antaranya tarikan produk pelancongan, ruang, fungsi kawasan, aktiviti pelancongan, persekitaran dan perkhidmatan pelancongan (Bitner 1992; Kirk, Jeffrey 1996; Hopper Coughlan & Mullen 2013). Dalam konteks pelancongan wilayah di peringkat antarabangsa, ia berfungsi sebagai pembangunan sosial, wilayah, ekonomi dan fizikal dalam perancangan pembangunan pelancongan yang berdasarkan sumber, wilayah, keperluan, trend dan masyarakat (Zeithmal & Bitner 2002). Malah konsep pembangunan wilayah yang dijalankan perlu seiring dengan keperluan negara, perancangan dan pembangunan agar dapat memberi kepuasan *servicescape* dan menjadi daya tarikan kepada pelancong sebagai contohnya wilayah Costa Brava di Spanyol dan wilayah kepulauan Caribbean dikenali pusat syurga hiburan (Hall 2006).

Bosque & Martin (2008) berdasarkan kajian di wilayah Spanyol mendapati destinasi pelancongan wilayah telah memberi kesan kepada kepuasan *servicescape* terhadap pelancong terutama dalam perkhidmatan pelancongan dan produk pelancongan. Pandangan ini turut di sokong oleh Chin & Qu (2008) di mana mereka mendapati perkhidmatan dan lokasi tarikan adalah sumbangan utama dalam pembangunan bersepadu pelancongan di wilayah Arkansas. Manakala Alerge Joaquin & Garau Jaume (2009) dalam kajian menyatakan kepuasan *servicescape* di wilayah pelancongan adalah faktor utama kedatangan semula mereka ke lokasi pelancongan yang sama kesan dari faktor ekonomi, promosi, jarak dan daya tarikan wilayah. Faktor ini adalah penentu kepada kesetiaan terhadap destinasi dan kemungkinan lawatan berulang serta mencadangkan kepada pelancong lain adalah tinggi ke wilayah Spanyol. Malah pembangunan yang dapat memberi perkhidmatan *servicescape* pelancongan yang baik akan memberi kepuasan kepada pelancong.

Di samping itu, kajian di Wilayah Korea Selatan oleh Lee, Jeon & kim (2011), menjelaskan kualiti dan perkhidmatan pelancongan di wilayah Korea Selatan penentu yang

ketara terhadap kepuasan *servicescape* pelancong antarabangsa terutama di kalangan pelancong eropah berbanding pelancong negara Asia lain. Oleh yang demikian, pengkaji mencadangkan supaya menyediakan garis panduan, polisi pelancongan dan strategi yang efisien dalam memberi kepuasan kepada pelancong agar tidak mendapatkan implikasi yang buruk kepada industri pelancongan Korea dan terus mendapat tumpuan pelancong domestik dan antarabangsa. Manakala Dong & Sui (2013) menjelaskan, pandangan oleh pelancong berkaitan *servicescape* di wilayah Hong Kong telah memberi kesan kepada peningkatan terhadap promosi, bentuk pelancongan dan perkhidmatan pelancongan malah sebagai rujukan untuk pembangunan pelancongan di masa depan.

Di Malaysia, pelancongan wilayah tidak hanya tertumpu pada kawasan yang mempunyai tarikan khas malah tertumpu di wilayah yang mempunyai potensi produk pelancongan dengan menyediakan perkhidmatan kepuasan *servicescape* kepada pelancong (Chui, Faizah, Faridah, Rosidah, Jamalah & Rohiyati 2010). Tindakan ini adalah salah satu strategi untuk menggalakan pembangunan produk pelancongan wilayah melalui penyediaan infrastruktur yang mencukupi, tempat penginapan, trend pelancong, kemudahan dan aktiviti pelancongan untuk memberi daya tarikan, imej dan kepuasan kepada pelancong (Ahmad Nazrin Aris Anuar, Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh, Mohd Yusof Hussain & Amriah Buang (2012).

Kajian terhadap kepuasan pelancong terutama terhadap *servicescape* pelancongan wilayah sering mendapat perhatian dari sarjana Malaysia pada masa kini untuk menilai indikator yang memberi kepuasan kepada pelancong yang melancong ke negara ini. Dalam konteks pelancongan wilayah, pelbagai perancangan dan pembangunan perancangan telah dilaksanakan untuk memberi kepuasan *servicescape* dan kelesaan kepada pelancong terutama ke wilayah ECER, NCER dan IM. Kajian yang dijalankan oleh Zarul Azhar, Norlida Hanim, Redzuan & Fatimah (2011) dalam kajiannya telah mengenal pasti kualiti perkhidmatan adalah faktor utama mempengaruhi kepuasan pelancong terhadap destinasi pelancongan Pulau Kapas di Terengganu, wilayah ECER. Manakala, produk pelancongan dan pengangkutan adalah sokongan sampingan di destinasi tersebut. Pandangan ini turut disokong oleh Hau & Khadijah (2014) yang membuktikan dalam kajiannya mendapati mutu perkhidmatan memainkan peranan yang penting dalam memberi kepuasan *servicescape* terhadap pelancong di destinasi Pantai Rantau Abang, Terengganu. Oleh itu, dengan mengenal pasti elemen kepuasan pelancong ini akan mewujudkan penambahbaikan mutu perkhidmatan dan destinasi pelancongan agar terus mendapat perhatian pelancong pada masa akan datang ke wilayah ECER.

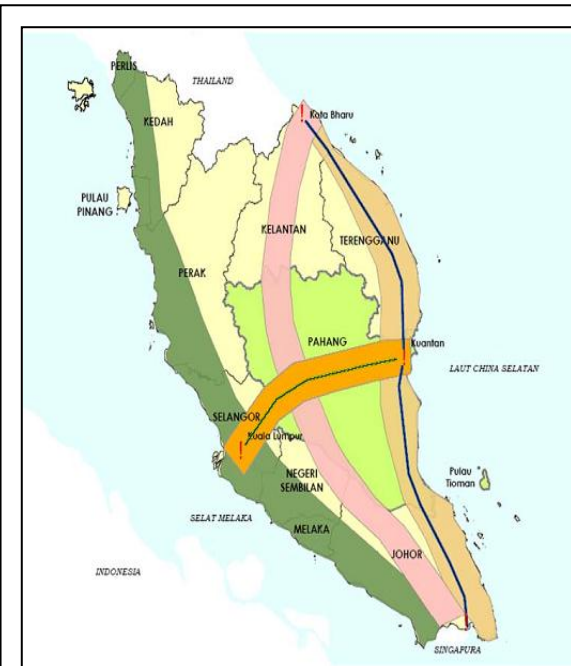
Di samping itu, pandangan positif dan kepuasan *servicescape* dari para pelancong domestik dan antarabangsa amat penting dalam menjalankan strategi pembangunan pelancongan agar menjadi destinasi yang ideal untuk terus dikunjungi oleh pelancong seperti memperkenalkan kawasan khazanah alam sebagai Taman Negara adalah aset pelancongan negara contohnya kajian terhadap Kuala Tahan Pahang sebagai ikon pelancongan Taman Negara telah memberi kepuasan *servicescape* kepada pelancongan dari segi penawaran produk, kualiti perkhidmatan pelancongan dan kemudahan asas (Tan, Aziz, Khairil, dan Zaiton 2015). Ini membuktikan lokasi tarikan, mutu perkhidmatan, persekitaran, fungsi kawasan adalah di

antara elemen penting dalam memberi kepuasan *servicescape* kepada pelancong malah mampu melonjakkan imej negara di persada antarabangsa.

KAWASAN KAJIAN

Wilayah Ekonomi Pantai Timur (ECER) terletak di kawasan Pantai Timur Semenanjung Malaysia dan berhampiran dengan negara beberapa buah negara seperti Thailand, Indonesia dan Filipina. Wilayah Ekonomi Pantai Timur (2008-2020) telah dibentuk melalui Rancangan Malaysia kesembilan (RMKe-9) dan di bawah undang-undang Malaysia telah diwartakan pada 25 Februari 2008 dengan wawasan “Menjadi Wilayah Maju Menjelang 2020”. Kawasan ECER merangkumi negeri Kelantan, Terengganu, Pahang dan Mersing di Johor. Ia meliputi 67,742 km² daripada keluasan Semenanjung Malaysia. Manakala pemakaian akta yang digunakan oleh pihak Pengurusan Perbadanan Wilayah Pantai Timur adalah Akta Pembangunan Wilayah Pantai Timur, 2008.

Wilayah Ekonomi Pantai Timur (ECER) menawarkan pelbagai tarikan produk tarikan dan tema produk pelancongan yang tersendiri antaranya pelancongan persisiran pantai dan pulau, pelancongan keindahan alam semula jadi, pelancongan bandar, pelancongan kebudayaan dan warisan, pelancongan ekopelancongan, acara persada dan program homestay. Manakala tema pelancongan yang lain turut dikenal pasti seperti agro pelancongan, pelancongan SPA, pelancongan kesihatan, pelancongan pendidikan dan pelancongan sukan. Justeru itu, usaha akan terus dipergiatkan untuk memastikan semua destinasi pelancongan berada dalam keadaan baik untuk memudahkan pergerakan para pelancong ke wilayah ini (Peta 1).



Rajah 1 : Pembangunan Pantai Timur Koridor Ekonomi Serantau

Sumber : Rancangan Fizikal Negara, 2005-2020.
Jabatan Perancang Bandar dan Desa,
Semenanjung Malaysia



Rajah 2 : Peta Kawasan ECER

Sumber : Pelan Induk, Pembangunan Wilayah
Ekonomi Pantai Timur, 2008-2020

METODOLOGI

Kajian ini telah dijalankan di wilayah ECER yang telah dikenal pasti sebagai pusat pelancongan iaitu Kota Bharu di Kelantan, Kuala Terengganu di Terengganu dan Kuantan di Pahang.

Reka Bentuk Kajian

Rekebentuk kajian merupakan proses pengumpulan dan penghasilan data kajian secara keseluruhan. Dalam kajian ini melibatkan lima langkah yang utama iaitu pertama huraian dari segi pengenalan dan perincian objektif kajian. Bahagian ke dua mengenai ulasan karya kajian di peringkat makro dan mikro. Manakala peringkat ketiga adalah penggunaan kaedah metodologi kajian bagi mendapatkan hasil kajian yang tepat. Bahagian ke empat adalah dapatan dan perincian hasil kajian. Seterusnya bahagian perbincangan dan kesimpulan kajian.

Instrumen dan Populasi Kajian

Instrumen utama kajian ini ialah menggunakan borang soal selidik. Seramai 823 dari keseluruhan responden domestik dan 296 antarabangsa telah berjaya dikumpulkan.

Teknik Pengumpulan data

Dari segi pengumpulan data, kajian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data sekunder diperolehi dari Pelan Induk Wilayah Ekonomi Pantai Timur 2008-2020, Rancangan Struktur Negeri Kelantan, Terengganu dan Pahang. Manakala data primer diperolehi dari kerja lapangan yang telah dijalankan terhadap pelancong domestik dan antarabangsa pada oktober 2014-Februari 2015. Data primer yang dikumpulkan akan diproses dengan menggunakan program IBM SPSS 22.0 dan di analisis dengan menggunakan teknik T-test dan Crosstabs.

Analisis Data

Manakala kepuasan pelancong, analisis secara T-test di jadual 2 telah digunakan untuk melihat perbezaan nilai min di antara elemen utama kepuasan pelancong keseluruhan dan analisis secara perbandingan min statistik deskriptif telah diguna untuk melihat perincian sub item elemen kepuasan pelancong dikalangan pelancong domestik dan antarabangsa mengikut negeri di wilayah ECER (Rujuk jadual 3-7). Sebelum kaedah T-test dan perbandingan min digunakan, transformasi data melalui operasi compute variable diperlukan untuk mewakili skor min bagi item-item daripada setiap responden. Kemudian melalui kaedah statistik deskriptif akan digunakan untuk memperolehi perbezaan keseluruhan dan kaedah crosstabss untuk melihat perbandingan skor min mengikut negeri.

HASIL KAJIAN

Hasil analisis keseluruhan mendapati tahap kepuasan adalah tinggi iaitu purata min 4.45 di kalangan domestik berbanding pelancong antarabangsa 3.62 menunjukkan kepuasan di tahap sederhana dengan nilai T-test .120.595 dan nilai kurang <.0001 adalah signifikan. Tahap kepuasan *servicescape* turut dianalisis mengikut negeri yang mencapai kepuasan min yang tinggi di kalangan pelancong domestik di Kelantan iaitu purata min 4.34, 4.43 di Terengganu dan 4.67 di Pahang berbeza di kalangan pelancong antarabangsa dengan purata min 3.62, 3.63 dan 3.64 mengikut negeri masing-masing. Kepuasan ini dinilai dari aspek aktiviti dan program, penglibatan masyarakat, kemudahan perkhidmatan dan infrastruktur, promosi dan pemasaran. Justeru itu, terdapat pandangan yang berbeza antara pelancong domestik dan antarabangsa. Hanya empat elemen sahaja yang diperincikan mengikut negeri kerana elemen tersebut mencapai nilai kepuasan *servicescape* yang tinggi kepada pelancong iaitu aktiviti serta program, penglibatan masyarakat, kemudahan perkhidmatan infrastruktur dan promosi dan pemasaran.

Profil Demografi Pelancong

Berdasarkan kajian tersebut, seramai 823 responden pelancong domestik dan 296 antarabangsa telah berjaya dikumpulkan dan dijalankan secara *convient*. Secara umumnya, pelancong domestik dan antarabangsa, mereka adalah terdiri dari golongan profesional, pegawai kerajaan dan pihak komuniti. Berdasarkan kajian mendapati responden pelancong lelaki lebih ramai berbanding perempuan di mana responden lelaki berjumlah 428 orang (52%) dan 395 orang (48%) pelancong perempuan. Manakala pelancong antarabangsa, responden perempuan lebih ramai berbanding lelaki iaitu 161 (45.6%). Manakala keseluruhannya status responden pelancong domestik dan antarabangsa terdiri daripada golongan yang sudah berkahwin. Angka menunjukkan seramai 424 orang (51.5%) dan 399 orang (48.5%) responden yang berstatus bujang dikalangan pelancong domestik dan pasangan berkahwin bagi pelancong antarabangsa seramai 154 orang (52%).

Dari segi profesion dikalangan responden pelancong domestik dan antarabangsa menunjukkan, pekerjaan profesional dan kerja sendiri adalah yang tertinggi dalam kajian ini iaitu seramai 275 orang (33.4%) dan 271 orang (32.9%) berbanding staf sokongan dan surirumah. Manakala responden pelancong antarabangsa pula, pekerjaan secara profesional turut mencatat tertinggi iaitu 192 orang (64.9%) berbanding pelajar, 26 orang, staf sokongan, 48 orang (16.2%), berkerja sendiri dan surirumah, 15 orang (51%). Rata-rata responden dikalangan domestik dan antarabangsa adalah berpendidikan menengah hingga universiti dengan berpendapatan RM2000-3000. Manakala pelancong antarabangsa melebihi RM500 (Jadual 1).

Jadual 1 : Profil demografi pelancong domestik dan antarabangsa

| Profil pelancong | Pelancong Domestik | | Pelancong Antarabangsa | |
|------------------|--------------------|---------|------------------------|---------|
| | Bilangan | Peratus | Bilangan | Peratus |
| Jantina | | | | |
| Lelaki | 428 | 52.0 | 135 | 45.6 |
| Perempuan | 395 | 48.0 | 161 | 54.4 |
| Status | | | | |

| | | | | | |
|------------------------|------------------|-----|------|-----|------|
| | Bujang | 399 | 48.5 | 132 | 44.6 |
| | Berkahwin | 424 | 51.5 | 154 | 52.0 |
| | Lain-lain | - | - | 10 | 3.4 |
| Umur | | | | | |
| | 16-20 | 106 | 12.9 | 1 | 0.3 |
| | 21-25 | 264 | 32.1 | 41 | 13.9 |
| | 26-30 | 244 | 29.6 | 96 | 32.4 |
| | 31-35 | 154 | 18.7 | 82 | 27.7 |
| | 36-40 | 2 | 0.2 | 62 | 20.9 |
| | 41-45 ke atas | 53 | 6.4 | 14 | 4.7 |
| Pendidikan | | | | | |
| | Tidak bersekolah | 16 | 1.9 | - | - |
| | Sekolah rendah | 18 | 2.2 | 1 | 0.3 |
| | Sekolah Menengah | 92 | 11.2 | 4 | 1.4 |
| | STPM/Diploma | 219 | 26.6 | 41 | 13.9 |
| | Ijazah | 478 | 58.1 | 230 | 77.7 |
| | Ma/PHD | - | - | 20 | 6.8 |
| Pekerjaan | | | | | |
| | Pelajar | 92 | 11.2 | 26 | 8.8 |
| | Kerja sendiri | 271 | 32.9 | 15 | 5.1 |
| | Suri rumah | 78 | 9.5 | 15 | 5.1 |
| | Profesional | 275 | 33.4 | 192 | 64.9 |
| | Staf sokongan | 107 | 13.0 | 48 | 16.2 |
| Pendapatan (RM) | | | | | |
| | >1000 | 14 | 1.8 | - | - |
| | 1000-2000 | 157 | 19. | 4 | 1.3 |
| | 2001- 3000 | 214 | 26 | 3 | 1.0 |
| | 3001- 4000 | 87 | 10.6 | - | - |
| | 4001-5000 | 21 | 2.5 | 1 | 0.1 |
| | 5,0001 | - | - | 286 | 96.6 |
| | Tiada | 330 | 40.1 | - | - |

Bilangan = 823 Pelancong Domestik (100%), Bilangan = 296 Pelancong Antarabangsa (100%)

Kepuasan *Servicescape* Pelancong

Kepuasan Servicescape Pelancong Domestik dan Antarabangsa Secara Keseluruhan

Analisis kepuasan min keseluruhan bagi pelancong domestik dan antarabangsa dalam jadual 2, mendapati kepuasan *servicescape* pelancong adalah tinggi dengan purata min 4.45 di kalangan pelancong domestik berbanding 3.72 bagi pelancong antarabangsa yang menunjukkan kepuasan di tahap sederhana di wilayah ECER. Di samping itu, analisis pelancong domestik dan antarabangsa menunjukkan mereka berpuas hati terhadap aktiviti dan program iaitu 4.59 dan 3.72. Hal ini berlaku kerana banyak aktiviti dan program pelancongan yang ditawarkan oleh

pihak negeri contohnya aktiviti papan luncur di Pahang, Piala Monsun di Terengganu, Pertandingan Dikir Barat di Kelantan telah menjanjikan hiburan dan aktiviti percutian yang menarik kepada pelancong. Sementara itu, pelancong domestik dan antarabangsa turut berpuas hati terhadap penglibatan masyarakat dalam industri pelancongan terutama dalam promosi dan pemasaran produk pelancong seperti kraf tangan dan cenderamata yang disediakan kepada pengunjung.

Jadual 2 : Perbandingan min kepuasan *servicescape* pelancong domestik dan antarabangsa terhadap pelancongan wilayah secara keseluruhan.

| ELEMEN KEPUASAN | Pelancong Domestik | | | Pelancong Antarabangsa | | | Nilai T-Test |
|--|-----------------------|---------------|---------------|---------------------------|---------------|------------------|-------------------|
| | Min Keseluruhan | SP | Tahap | Min Keseluruhan | SP | Tahap | Nilai t |
| Aktiviti dan program | 4.59 | .19325 | Tinggi | 3.72 | .21063 | Tinggi | .70.868 ** |
| Pengalaman pelancong | 4.33 | .46610 | Tinggi | 3.67 | .25116 | Tinggi | .45308** |
| Penglibatan Masyarakat | 4.51 | .35366 | Tinggi | 3.54 | .29815 | Sederhana | .55.244** |
| Kemudahan perkhidmatan dan Infrastruktur | 4.54 | .26485 | Tinggi | 3.65 | .21353 | Sederhana | .71.686** |
| Promosi dan pemasaran | 4.41 | .34878 | Tinggi | 3.57 | .22464 | Sederhana | .63.847** |
| Persekitaran | 4.32 | .60917 | Tinggi | 3.59 | .29029 | Sederhana | .42.825 ** |
| Min Keseluruhan | 4.45 | .20618 | Tinggi | 3.62 | .11661 | Sederhana | .120.595** |

Bilangan = 823 Pelancong Domestik (100%) dan Bilangan = 296 Pelancong Antarabangsa (100%)
 Klasifikasi min = 1.00-2.32 (rendah), 2.33-3.65 (sederhana), 3.66-5.00 (tinggi) ** = < 0.001 Significant

Kepuasan Servicescape Pelancong Domestik dan Antarabangsa Mengikut Negeri

Hasil kajian menunjukkan perbandingan kepuasan *servicescape* terhadap pelancongan wilayah mengikut negeri dikalangan pelancong domestik dan antarabangsa di mana pelancong domestik menunjukkan kepuasan *servicescape* keseluruhan adalah tinggi di antara ketiga-tiga negeri iaitu 4.67 bagi negeri Pahang, 4.43 di negeri Terengganu kemudian diikuti negeri Kelantan. Manakala dikalangan pelancong antarabangsa adalah di tahap sederhana dengan nilai 3.64 di negeri Pahang, 3.63 di Terengganu dan 3.62 di Kelantan. Berdasarkan item utama tahap kepuasan *servicescape* dikalangan pelancong domestik yang tertinggi di antara negeri ialah item aktiviti dan program berbanding item yang lain di mana negeri Pahang nilai tertinggi berbanding negeri yang lain iaitu, 4.65, diikuti dengan 4.55 di Terengganu dan 4.57 di Kelantan. Manakala item yang terendah adalah persekitaran dengan 3.98 di negeri Kelantan,

4.31 dan 4.64 yang mewakili negeri Terengganu dan Pahang. Manakala dikalangan pelancong antarabangsa juga menunjukkan, item kepuasan *servicescape* terhadap aktiviti dan program adalah yang tertinggi berbanding item yang lain iaitu dengan min 3.73 di negeri Pahang, 3.71 di Terengganu dan 3.70 di Kelantan. Manakala item yang terendah adalah penglibatan masyarakat dengan nilai min 3.55 di negeri Kelantan, 3.45 di Terengganu dan Pahang.

Jadual 3 : Min kepuasan *servicescape* pelancong domestik dan antarabangsa mengikut negeri keseluruhan.

| ITEM KEPUASAN | KELANTAN | | | | TERENGGANU | | | | PAHANG | | | |
|--|--------------------|---------------|------------------------|------------------|--------------------|---------------|------------------------|------------------|--------------------|---------------|------------------------|------------------|
| | Pelancong Domestik | | Pelancong Antarabangsa | | Pelancong Domestik | | Pelancong Antarabangsa | | Pelancong Domestik | | Pelancong Antarabangsa | |
| | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap |
| Aktiviti dan program | 4.57 | Tinggi | 3.70 | Tinggi | 4.55 | Tinggi | 3.71 | Tinggi | 4.65 | Tinggi | 3.72 | Tinggi |
| Pengalaman pelancong | 4.06 | Tinggi | 3.67 | Tinggi | 4.28 | Tinggi | 3.67 | Tinggi | 4.62 | Tinggi | 3.67 | Tinggi |
| Penglibatan Masyarakat | 4.52 | Tinggi | 3.55 | Sederhana | 4.46 | Tinggi | 3.54 | Sederhana | 4.53 | Tinggi | 3.54 | Sederhana |
| Kemudahan perkhidmatan dan Infrastruktur | 4.50 | Tinggi | 3.64 | Sederhana | 4.49 | Tinggi | 3.65 | Sederhana | 4.62 | Tinggi | 3.65 | Sederhana |
| Promosi dan pemasaran | 4.24 | Tinggi | 3.57 | Sederhana | 4.37 | Tinggi | 3.57 | Sederhana | 4.59 | Tinggi | 3.58 | Sederhana |
| Persekitaran | 3.98 | Tinggi | 3.59 | Sederhana | 4.31 | Tinggi | 3.59 | Sederhana | 4.64 | Tinggi | 3.60 | Sederhana |
| Min keseluruhan | 4.34 | Tinggi | 3.62 | Sederhana | 4.43 | Tinggi | 3.63 | Sederhana | 4.67 | Tinggi | 3.64 | Sederhana |

Bilangan= 823 Pelancong Domestik (100%) dan Bilangan = 296 Pelancong Antarabangsa (100%)

Klasifikasi min= 1.00-2.32 (rendah), 2.33-3.65 (sederhana), 3.66-5.00 (tinggi)

Perincian min kepuasan servicescape pelancong berdasarkan item aktiviti dan program

Analisis kajian menunjukkan aktiviti dan program pelancongan telah memberi kepuasan kepada pelancong domestik dan antarabangsa. Keseluruhan mendapati min terhadap aktiviti dan program adalah tinggi kepada pelancong. Kajian mendapati, karnival jualan mega, bulan citra warna dan bulan khazanah negeri di bawah aktiviti dan program pelancongan adalah aktiviti yang digemari dan disukai oleh pelancong domestik dan antarabangsa contohnya bulan kesenian dan khazanah negeri di negeri Kelantan tinggi dengan nilai min 5.00 bagi pelancong domestik dan 3.78 bagi pelancong antarabangsa. Aktiviti ini turut mendapat sambutan di Negeri Terengganu dan Pahang kerana mereka turut menawarkan aktiviti pelancongan seperti Pesta Terengganu di Batu Buruk, Pesta Makanan Traditional, Pesta Pelita dan Pesta Seni serta Warisan di Terengganu dan Seni Tari Anak Gamelan di Pahang.

Di samping itu, pelancong domestik dan antarabangsa turut berpuas hati terhadap aktiviti sukan negeri dan antarabangsa atau acara persada yang menjadi acara tahunan negeri setiap tahun contohnya di negeri Terengganu menyediakan acara sukan antarabangsa dan acara persada yang memuaskan hati pelancong seperti Cabaran Piala Sultan Terengganu, Pertandingan Kuda Antarabangsa, Triathlon Antarabangsa Tasik Kenyir dan Piala Monsun. Manakala aktiviti Papan Luncur Air (surfing), Cabaran Eko Taman Nagara Endau-Rompin di Pahang dan Pesta Wau Antarabangsa Kelantan di Kelantan. Ini kerana kedatangan mereka ke kawasan yang dilawati menjadikan percutian mereka lebih bermakna dengan adanya aktiviti sukan yang menjanjikan hiburan kepada mereka. Aktiviti rekreasi dan makanan traditional turut memberi kepuasan kepada pelancong domestik dan antarabangsa kerana rata-rata pelancong domestik dan antarabangsa memberi pandangan, aktiviti rekreasi yang paling digemari adalah aktiviti rekreasi pantai dan river cruise. Manakala makanan mereka berpuas hati terutama dikalangan pelancong antarabangsa kerana mempunyai pesta makanan traditional dan pameran buah-buahan tempatan turut diperkenalkan kepada para pelancong (Jadual 4).

Jadual 4: Perincian min kepuasan *servicescape* pelancong berdasarkan item aktiviti dan program

| ITEM KEPUASAN | KELANTAN | | | | TERENGGANU | | | | PAHANG | | | |
|--|-------------|---------------|--------------|------------------|-------------|---------------|--------------|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|
| | Pelancong | | | | Pelancong | | | | Pelancong | | | |
| | Domestik | | Antarabangsa | | Domestik | | Antarabangsa | | Domestik | | Antarabangsa | |
| Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | |
| Rumah terbuka masyarakat awam, majlis asyur & sambutan keputeraan. | 4.75 | Tinggi | 3.71 | Tinggi | 4.72 | Tinggi | 3.71 | Tinggi | 4.68 | Tinggi | 3.72 | Tinggi |
| Karnival jualan mega | 5.00 | Tinggi | 3.75 | Tinggi | 4.73 | Tinggi | 3.75 | Tinggi | 4.74 | Tinggi | 3.76 | Tinggi |
| Bulan citra warna dan temasya | 5.00 | Tinggi | 3.75 | Tinggi | 4.77 | Tinggi | 3.75 | Tinggi | 4.79 | Tinggi | 3.76 | Tinggi |
| Bulan kesenian dan khazanah | 5.00 | Tinggi | 3.78 | Tinggi | 4.77 | Tinggi | 3.78 | Tinggi | 4.79 | Tinggi | 3.78 | Tinggi |
| Sukan antarabangsa. | 4.93 | Tinggi | 3.62 | Sederhana | 4.75 | Tinggi | 3.73 | Tinggi | 4.48 | Tinggi | 3.74 | Tinggi |
| Sukan negeri. | 4.55 | Tinggi | 3.68 | Tinggi | 4.53 | Tinggi | 3.72 | Tinggi | 4.48 | Tinggi | 3.71 | Tinggi |
| Aktiviti rekreasi. | 4.55 | Tinggi | 3.43 | Sederhana | 4.53 | Tinggi | 3.54 | Sederhana | 4.46 | Tinggi | 3.57 | Sederhana |
| Pesta air & pertandingan Go –Kart. | 4.37 | Tinggi | 3.34 | Sederhana | 4.51 | Tinggi | 3.47 | Sederhana | 4.67 | Tinggi | 3.51 | Sederhana |
| Aktiviti ‘ <i>Waterfront</i> ’ <i>Religious Trail dan Mat Kilau.</i> | 4.63 | Tinggi | 3.32 | Sederhana | 4.54 | Tinggi | 3.44 | Sederhana | 4.50 | Tinggi | 3.51 | Sederhana |
| Bazar Ramadhan, pasar malam, pesta masakan traditional, pameran hasil pertanian dan buah-buahan. | 4.73 | Tinggi | 3.84 | Sederhana | 4.74 | Tinggi | 3.84 | Sederhana | 4.57 | Tinggi | 3.84 | Tinggi |
| Min keseluruhan | 4.57 | Tinggi | 3.70 | Sederhana | 4.55 | Tinggi | 3.73 | Tinggi | 4.65 | Tinggi | 3.73 | Tinggi |

Bilangan = 823 Pelancong Domestik (100%) dan Bilangan = 296 Pelancong Antarabangsa (100%)

Klasifikasi min = 1.00-2.32 (rendah), 2.33-3.65 (sederhana), 3.66-5.00 (tinggi)

Perincian min kepuasan servicescape pelancong berdasarkan item penglibatan masyarakat

Hasil analisis menunjukkan, bahawa keseluruhan kepuasan *servicescape* di kalangan pelancong domestik adalah tinggi manakala pelancong antarabangsa hanya di tahap sederhana. Namun berdasarkan perincian item terhadap penglibatan masyarakat adalah tinggi berbanding item kepuasan *servicescape* yang lain. Penglibatan masyarakat dalam aktiviti kebudayaan, makanan, sukan dan rekreasi memberi kepuasan yang tinggi terhadap pelancong domestik dan antarabangsa. Pelancong yang melancong ke negeri Kelantan menunjukkan kepuasan yang tinggi berbanding dengan yang lain iaitu 4.74 kemudian diikuti oleh negeri Terengganu 4.68 dan 4.59 bagi negeri Pahang. Manakala pelancong antarabangsa masing-masing 3.81 dan 3.79 bagi negeri Terengganu dan Pahang. Contohnya pelancong dari Negara Jerman pernah menyertai sukan antarabangsa Piala Monsun bersama – sama masyarakat tempatan dan ia merupakan pengalaman yang sukar dilupakan (N182). Penglibatan masyarakat dalam aktiviti ini masing-masing dapat dinilai mengikut negeri di Wilayah ECER pada tahap yang memuaskan.

Layanan baik dari masyarakat tempatan turut memberi kepuasan *servicescape* kepada pelancong domestik dan antarabangsa. Sifat sopan dan ceria dikalangan masyarakat tempatan memberi persepsi positif dikalangan pelancong. Namun begitu, terdapat juga setengah masyarakat tempatan yang kurang mesra dengan kedatangan pelancong terutama pelancong antarabangsa kerana masalah dari segi komunikasi.

Bagaimana pun item penglibatan masyarakat dalam industri IKS adalah terendah berbanding item kepuasan *servicescape* yang lain dengan negeri Pahang nilai min tertinggi 4.41 di kalangan pelancong domestik dan 3.27 di tahap sederhana bagi pelancong antarabangsa. Namun pelancong antarabangsa masih berpuas hati terhadap penglibatan masyarakat dalam industri kecil sederhana kerana terdapat banyak usahawan-usahawan yang mampu mempamerkan hasil jualan kepada para pelancong contohnya hasil pertanian, makanan tradisional dan pakaian seperti songket dan sutera, misalnya perkampungan kraf tangan di Kelantan menyediakan hasil industri sederhana seperti makanan tradisional seperti kerepok, kuih dan pakaian sutera dan batik. Keadaan ini memberi kepuasan kepada pelancong domestik dan antarabangsa (N28) (Jadual 5).

Perincian min kepuasan servicescape pelancong berdasarkan item perkhidmatan dan infrastruktur

Berdasarkan kunjungan pelancong ke negeri Kelantan, Terengganu dan Pahang keseluruhan menunjukkan kepuasan *servicescape* terhadap perkhidmatan dan infrastruktur adalah tinggi bagi pelancong domestik dan antarabangsa. Perkhidmatan hotel dan kemudahan penginapan adalah yang tertinggi di kalangan pelancong domestik dan antarabangsa iaitu 4.82 di negeri Terengganu, 4.79 di Kelantan dan 4.66 di Pahang. Manakala min 3.84, 3.85 dan 3.85 ialah dikalangan pelancong antarabangsa mengikut negeri masing-masing. Ini kerana Bilangan hotel, resort, homestay dan budget hotel dengan harga yang berpatutan menjadi faktor utama pelancong berpuas hati terhadap penyediaan penginapan contohnya homestay Teluk Ketapang, Kampung Pulau Duyung di Terengganu, Pantai Sepat 2 dan Sri Makmur di Pahang.

Di samping itu, pelancong domestik dan antarabangsa berpuas hati terhadap makanan, masakan dan kemudahan restoren terutama di Negeri Kelantan, Terengganu dan Pahang kerana menyediakan pelbagai masakan tradisional melayu seperti nasi kerabu, nasi dagang manakala kuih seperti lompat tikam, satar, belebat ubi dan lain-lain lagi. Selain itu, pelancong domestik dan antarabangsa turut berpuas hati terhadap perkhidmatan dan infrastruktur lain yang disediakan seperti penyediaan cenderamata, perkhidmatan keselamatan, pemandu pelancong, perkhidmatan perbankan, kemudahan internet, sistem perhubungan dan pengangkutan, kemudahan asas dan sistem perletakan bas dan teksi yang strategi di negeri-negeri di Wilayah ECER (Jadual 6).

Min kepuasan servicescape pelancong terhadap item promosi dan pemasaran

Hasil menunjukkan kepuasan *servicescape* pelancong domestik dan antarabangsa terhadap promosi dan pemasaran dalam menggalakan kemasukan pelancong mengikut negeri. Hasil analisis keseluruhan mendapati promosi dan pemasaran yang dijalankan oleh pihak kerajaan adalah memberi kepuasan yang tinggi dari pelancong domestik dan sederhana dikalangan pelancongan antarabangsa bagi ketiga-tiga negeri di kawasan pelancongan wilayah ECER. Strategi dalam promosi dan pemasaran terutama dalam promosi hotel dan penginapan dan promosi online dari pihak MATTA memberi kepuasan kepada mereka kerana menepati pakej yang ditawarkan kepada mereka terutama di Negeri Kelantan, Terengganu dan Pahang contohnya nilai min 4.33 pelancong domestik, 3.46 pelancong antarabangsa di Kelantan

Sementara itu, pelancong domestik dan antarabangsa turut merasa berpuas hati terhadap promosi yang dijalankan oleh pihak kerajaan dalam menggalakan *Eastern Gateway* di sempadan kerana mereka berpeluang untuk mengenali lebih dekat tarikan yang ada di sempadan negeri seperti Rantau Panjang dan Pengkalan Kubur di Kelantan. Selain itu, mereka juga turut berpuas hati terhadap pemasaran kreatif kraf tangan dan cenderamata oleh penduduk tempatan dalam menarik pelancong mengenali lebih dekat barangan tempatan yang unik dan menarik seperti bakul, key chain, lukisan yang mampu memberi kepuasan kepada pelancong (Jadual 7).

Jadual 5: Perincian min kepuasan *servicescape* pelancong berdasarkan item penglibatan masyarakat mengikut negeri.

| ITEM KEPUASAN | KELANTAN | | | | TERENGGANU | | | | PAHANG | | | |
|---|-------------|---------------|--------------|------------------|-------------|---------------|--------------|------------------|-------------|---------------|--------------|------------------|
| | Pelancong | | | | Pelancong | | | | Pelancong | | | |
| | Domestik | | Antarabangsa | | Domestik | | Antarabangsa | | Domestik | | Antarabangsa | |
| | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap |
| Penglibatan masyarakat dalam aktiviti kebudayaan, makanan, kempen, aktiviti sukan dan rekreasi. | 4.74 | Tinggi | 3.81 | Tinggi | 4.68 | Tinggi | 3.79 | Tinggi | 4.59 | Tinggi | 3.79 | Tinggi |
| Dalam menyediakan kraf tangan dan cenderamata. | 4.56 | Tinggi | 3.85 | Tinggi | 4.56 | Tinggi | 3.84 | Tinggi | 4.56 | Tinggi | 3.84 | Tinggi |
| Layanan yang baik dan mesra terhadap pelancong. | 4.60 | Tinggi | 3.55 | Sederhana | 4.52 | Tinggi | 3.55 | Sederhana | 4.59 | Tinggi | 3.54 | Sederhana |
| Penglibatan masyarakat dalam industri IKS. | 4.31 | Tinggi | 3.26 | Sederhana | 4.25 | Tinggi | 3.27 | Sederhana | 4.42 | Tinggi | 3.27 | Sederhana |
| Min keseluruhan | 4.52 | Tinggi | 3.55 | Sederhana | 4.46 | Tinggi | 3.54 | Sederhana | 4.53 | Tinggi | 3.54 | Sederhana |

Bilangan = 823 Pelancong Domestik (100%) dan Bilangan = 296 Pelancong Antarabangsa (100%)

Klasifikasi min = 1.00-2.32 (rendah), 2.33-3.65 (sederhana), 3.66-5.00 (tinggi)

Jadual 6 : Perincian min kepuasan *servicescape* pelancong berdasarkan item perkhidmatan dan infarstruktur mengikut negeri.

| ITEM KEPUASAN | KELANTAN | | | | TERENGGANU | | | | PAHANG | | | |
|--|-------------|---------------|--------------|------------------|-------------|---------------|--------------|------------------|-------------|---------------|--------------|------------------|
| | Pelancong | | | | Pelancong | | | | Pelancong | | | |
| | Domestik | | Antarabangsa | | Domestik | | Antarabangsa | | Domestik | | Antarabangsa | |
| | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap | Min | Tahap |
| Hotel dan penginapan. | 4.79 | Tinggi | 3.85 | Tinggi | 4.82 | Tinggi | 3.84 | Tinggi | 4.66 | Tinggi | 3.85 | Tinggi |
| Makanan, masakan & perkhidmatan restoren. | 4.73 | Tinggi | 3.83 | Tinggi | 4.74 | Tinggi | 3.82 | Tinggi | 4.57 | Tinggi | 3.83 | Tinggi |
| Cenderamata. | 4.67 | Tinggi | 3.73 | Tinggi | 4.58 | Tinggi | 3.73 | Tinggi | 4.65 | Tinggi | 3.74 | Tinggi |
| Perkhidmatan keselamatan. | 3.75 | Tinggi | 3.55 | Sederhana | 4.42 | Tinggi | 3.56 | Sederhana | 4.46 | Tinggi | 3.56 | Sederhana |
| Pemandu pelancong. | 4.46 | Tinggi | 3.51 | Sederhana | 4.39 | Tinggi | 3.51 | Sederhana | 4.58 | Tinggi | 3.52 | Sederhana |
| Perkhidmatan perbankan, pengurup wang dan perubatan. | 4.08 | Tinggi | 3.60 | Sederhana | 4.41 | Tinggi | 3.61 | Sederhana | 4.34 | Tinggi | 3.62 | Sederhana |
| Kemudahan asas di kawasan tarikan pelancong. | 4.42 | Tinggi | 3.66 | Tinggi | 4.52 | Tinggi | 3.65 | Sederhana | 4.68 | Tinggi | 3.66 | Tinggi |
| Pusat teknologi maklumat. | 4.47 | Tinggi | 3.59 | Sederhana | 4.41 | Tinggi | 3.59 | Sederhana | 4.62 | Tinggi | 3.61 | Sederhana |
| Sistem pengangkutan dan perhubungan. | 4.58 | Tinggi | 3.62 | Sederhana | 4.45 | Tinggi | 3.63 | Sederhana | 4.59 | Tinggi | 3.64 | Sederhana |
| Sistem perletakan stesen bas dan teksi yang strategik. | 4.65 | Tinggi | 3.72 | Tinggi | 4.56 | Tinggi | 3.72 | Sederhana | 4.78 | Tinggi | 3.73 | Tinggi |
| Min keseluruhan | 4.50 | Tinggi | 3.64 | Sederhana | 4.49 | Tinggi | 3.65 | Sederhana | 4.62 | Tinggi | 3.65 | Sederhana |

Bilangan = 823 Pelancong Domestik (100%) dan Bilangan = 296 Pelancong Antarabangsa (100%)

Klasifikasi Min = 1.00-2.32 (rendah), 2.33-3.65 (Sederhana), 3.66-5.00 (tinggi)

Jadual 7 : Perincian min kepuasan *servicescape* pelancong berdasarkan item promosi dan pemasaran mengikut negeri.

| ITEM KEPUASAN | KELANTAN | | TERENGGANU | | PAHANG | |
|---|---|---------------------------------|------------------------------|---------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| | Pelancong | | Pelancong | | Pelancong | |
| | Domestik | | Domestik | | Domestik | |
| | Antarabangsa | | Antarabangsa | | Antarabangsa | |
| | Min | Min | Min | Min | Min | Min |
| | Tahap | Tahap | Tahap | Tahap | Tahap | Tahap |
| Promosi hotel dan penginapan. | 4.58 Tinggii | 3.77 Tinggi | 4.67 Tinggi | 3.77 Tinggi | 4.63 Tinggi | 3.78 Tinggi |
| Pelbagai aktiviti, acara dan program. | 4.2 6 Tinggi | 3.64 Sederhana | 4.58 Tinggi | 3.64 Sederhana | 4.57 Tinggi | 3.65 Sederhana |
| Menjalankan promosi secara online dari MATTA. | 4.3 3 Tinggi | 3.46 Sederhana | 4.36 Tinggi | 3.46 Sederhana | 4.57 Tinggi | 3.46 Sederhana |
| Promosi kraf tangan dan cenderamata. | 4.4 0 Tinggi | 3.82 Tinggi | 4.48 Tinggi | 3.82 Tinggi | 4.57 Tinggi | 3.83 Sederhana |
| Menggalakan 'Eastern Gateway' di negeri sempadan. | 4.5 1 Tinggi | 3.67 Tinggi | 3.44 Sederhana | 3.66 Tinggi | 3.46 Sederhana | 3.66 Tinggi |
| Menjalankan strategi dan pemasaran produk pelancongan. | 4.1 9 Tinggi | 3.55 Sederhana | 4.47 Tinggi | 3.55 Sederhana | 4.74 Tinggi | 3.55 Sederhana |
| Menjalankan dasar pembangunan pelancongan. | 4.2 5 Tinggi | 3.48 Sederhana | 4.44 Tinggi | 3.50 Sederhana | 4.70 Tinggi | 3.49 Sederhana |
| Mewujudkan tema berdasarkan produk pelancongan yang sedia ada. | 4.5 0 Tinggi | 3.53 Sederhana | 4.41 Tinggi | 3.54 Sederhana | 4.71 Tinggi | 3.55 Sederhana |
| Mengekalkan identiti atau tema dan pembangunan negeri. | 4.0 0 Tinggi | 3.52 Sederhana | 4.44 Tinggi | 3.52 Sederhana | 4.71 Tinggi | 3.52 Sederhana |
| Memperkenalkan imej dan pusat bandar. | 3.9 0 Tinggi | 3.57 Sederhana | 4.46 Tinggi | 3.57 Sederhana | 4.72 Tinggi | 3.58 Sederhana |
| Pemasaran kreatif kraf tangan dan cenderamata para penduduk tempatan. | 4.2 0 Tinggi | 3.55 Sederhana | 4.4 Tinggi | 3.56 Sederhana | 4.61 Tinggi | 3.57 Sederhana |
| Min keseluruhan | 4.2 4 Tinggi | 3.57 Sederhana | 4.37 Tinggi | 3.57 Sederhana | 4.59 Tinggi | 3.58 Sederhana |

Bilangan = 823 Pelancong Domestik (100%) dan Bilangan = 296 Pelancong Antarabangsa (100%)
Klasifikasi Min= 1.00-2.32 (rendah),2.33-3.65 (sederhanan), 3.66-5.00 (tinggi)

PERBINCANGAN

Kepuasan pelancong terhadap *servicescape* di sesebuah kawasan merupakan suatu perkara yang serius memandangkan ia merupakan tarikan utama bagi kedatangan pelancong khususnya di kawasan pelancongan Wilayah Ekonomi Pantai Timur (ECER). Sekiranya pelancong berpuas hati terhadap *servicescape* yang disediakan, mereka berkemungkinan akan kembali semula atau akan mencadangkan semula kepada orang lain untuk datang ke lokasi pelancongan tersebut. Hal ini akan meningkatkan kemasukan pelancong dan dapat

meningkatkan sumbangan pelancongan kepada pendapatan ekonomi negara serta menjana ekonomi penduduk tempatan. Berdasarkan kajian yang dijalankan kepuasan pelancong terhadap *servicescape* keseluruhan adalah tinggi dengan purata min 4.45 di kalangan pelancong domestik manakala purata min di tahap sederhana 3.72 bagi pelancong antarabangsa. Kepuasan *servicescape* turut dianalisis mengikut negeri yang mencapai kepuasan min yang tinggi di kalangan pelancong domestik di Kelantan iaitu 4.34, 4.43 di Terengganu dan 4.67 di Pahang berbeza di kalangan pelancong antarabangsa dengan min 3.62, 3.63 dan 3.64. Pengukuran kepuasan *servicescape* terhadap pelancong telah dinilai berdasarkan beberapa elemen utama iaitu aktiviti dan program, pengalaman pelancong, penglibatan masyarakat, kemudahan infrastruktur, promosi serta pemasaran dan persekitaran. Berdasarkan nilai purata min yang dihasilkan, perincian akan dijelaskan berdasarkan empat tahap elemen kepuasan sahaja kerana elemen tersebut memberi nilai kepuasan yang tertinggi kepada pelancong iaitu aktiviti dan program, penglibatan masyarakat, kemudahan perkhidmatan infrastruktur dan pemasaran.

Ringkasan perincian terhadap empat elemen tersebut mewakili negeri Kelantan, Terengganu dan Pahang yang terletak di wilayah ECER misalnya aktiviti dan program dan penglibatan masyarakat memberi tahap kepuasan *servicescape* yang paling tinggi kepada pelancong domestik iaitu purata min 4.59 dan 4.33 manakala pelancong antarabangsa purata min 3.72 dan 3.67. Contohnya berdasarkan elemen aktiviti dan program, kebanyakan aliran kemasukan pelancong domestik ke wilayah ECER dikalangan mereka yang berumur 21-25 tahun (Jadual 1) dan menggemari aktiviti bulan kesenian dan khazanah. Namun kedatangan bagi pelancong antarabangsa, adalah mereka yang berumur 26-30 tahun (Jadual 1) dan lebih tertumpu pada aktiviti rekreasi dan acara persada. Ini menggambarkan terdapat perbezaan pandangan antara pelancong domestik dan antarabangsa semasa melancong di wilayah ECER. Justeru itu, kepuasan *servicscape* yang tinggi dan sederhana adalah penentu kepada perkembangan pelancongan wilayah di ECER atau sebaliknya. Pembangunan pelancongan wilayah yang menyeluruh akan melahirkan kesan positif ke atas usaha mempromosikan pelancongan wilayah di peringkat antarabangsa.

KESIMPULAN

Kajian ini telah menunjukkan pelancongan wilayah ECER adalah destinasi pilihan bagi pelancong domestik dan antarabangsa. Bagi pelancong domestik dan antarabangsa kepuasan terhadap *servicescape* di wilayah ECER adalah bergantung kepada aktiviti dan program, pengalaman, penglibatan masyarakat, perkhidmatan dan infastruktur, promosi dan pemasaran, persekitaran. Secara keseluruhan tahap kepuasan *servicescape* adalah memuaskan dimana pelancong domestik menyatakan kepuasan amat tinggi dan antarabangsa ditahap sederhana. Hasil kajian ini sekurang-kurangnya telah memberi implikasi terhadap situasi penilaian kepuasan *servicescape* pelancong yang ditawarkan di mana tahap pengukuran tersebut menjadi pemangkin kepada perkembangan industri pelancomgan di peringkat wilayah, negara dan antarabangsa.

Justeru itu, pembangunan pelancongan wilayah harus diperkukuhkan di samping penyediaan *servicescape* yang cekap dan sistemetik agar dapat memberi kepuasan kepada pelancong. Penyelarasan pembangunan pelancongan amat penting untuk memertabatkan pelancongan wilayah dalam pelbagai fungsi sama ada di peringkat nasional mahupun dan antarabangsa. Keistimewaan produk pelancongan yang sama dimiliki oleh setiap negeri di

wilayah ECER adalah satu kelebihan wilayah tersebut untuk membentuk satu imej destinasi pelancongan wilayah yang tersendiri malah mampu menarik pengaliran dan memberi kepuasan kepada pelancong dari semasa ke semasa.

RUJUKAN

Ahmad Nazrin Aris Anuar, Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh, Mohd Yussoff Hussain & Amriah Buang.(2012). Dasar pelancongan di Malaysia: Ke arah destinasi mesra pelancong. *Journal of Southeast Asia Social Sciences and Humanities* 82(3):109-122.

Alegre. J & Garau. J.(2009).Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, Vol.37 No.1, pp 52-73.

Bosque. I.R & Martin.S.H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive - affective model. *Annals of Tourism Research*, Vol.35, No.2, pp:551-573.

Bitner, M. 1992. Servicescape: The impact of physical surroundings on customers and employee, *Journal of Services Marketing* Vol 56.57-71.

C.G.Q. Chin & H.Qu.(2008). Examining the structural relationship of destination image, tourist, satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Science Direct, Tourism Management*.29 :624-636.

Chui. B.T.C, Faizah Abdul Rahim, Faridah Hj.Hassan, Rosidah Musa, Jamaliah Md. Yusuf & Rohayati Hj. Hashim.(2010). Exploring tourist experience and servicescape at Taman Negara (National Park Malaysia). *International Journal of Trade, Economics and Fianace* Vol 1, N0.1, 2010-023.

Hopper, D, Coughlan.J & Mullen, R.M (2013).The servicescape as an antecedent to services quality and behavioral intentions. *Journal of Services Management*, Vol 27. Iss:4.

Hau. C.T & Khadijah Omar.(2014). The impact of service quality on tourist satisfaction: The case study of Rantau Abang Beach as a turtle sanctuary destination. *Mediterranean Jurnal Of Social Science*.Vol 5:23.

Kirk L. Wakefield, Jeffrey G.Blodgett (1996). The effect of the servicescape on customers behavioral intentions in leisure services setting. *Journal of Services Marketing*, Vol 10.Iss 6 PP.45-61.

Malaysia.(2015). *Laporan Statistik Pelancongan Malaysia 2015*: Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia.

Oliver, R.L & Swan, J. E (1989).Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions. A field survey approach. *Journal of Marketing*, 53: 78-84.

P. Dong & N.Y.Sui (2013). Servicescape elements, customers predispositions and service experience: The case of theme park visitors. *Tourism Management* 36:541-551.

Pemandu (2012). Program Transformasi Ekonomi Pelancongan.

S. Lee, S. Jeon & D. Kim. (2011). The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourist in Korea. *Science Direct, Tourism Management* 32: 1115-1124.

S. Veasna, W.Y. Wu & C. H. Huang (2015). The impact of destination source credibility on destination satisfaction: The mediating effects of destination attachment and destination image. *Tourism Management* 36: 511-526.

Tan, S. E, Aziz. Y.A, Khairil & Zaiton. S (2015). Linking servicescape, tourist satisfaction and overall tour guiding experience: The case Taman Negara National Park Malaysia. *Pertanika Journal Social Science & Humanities*. 23(s): 33-48.

Zarul Azhar Nasir, Norlida Hanim Mohd Salleh, Redzuan Othman & Fatimah Kari. (2011). Faktor penentu dan kepuasan pelancong terhadap destinasi pelancongan Pulau Kapas. *Prosiding Perkem Vi, Jilid 1*: 585-594. ISSN:2231-962X.

Zeithmal, V.A & Bitner M.J. 2003. Services marketing integrating customer focus across the firm. New York: MCGraw.Hill.

Nama: Wan Suzita Wan Ibrahim
Institusi: Universiti Kebangsaan Malaysia
E-mel: wan48637@yahoo.com